



湖南商务职业技术学院
Hunan Vocational College of Commerce

三年制高职 专业人才培养方案

专业名称：	数智营销
专业代码：	530606
适用年级：	2026 级
制订时间：	2026 年 5 月

2026 级专业人才培养方案制订与审核表

专业名称	数智营销
专业代码	530606
专业建设委员会	人才培养目标定位明确, 课程目标设置合理, 符合现代企业人才培养需求。 易芳平 侯杰 潘淑燕 陈台忠 黄慧化 马海慧 刘嘉亮 赖仕涛 唐红涛 刘欢 签名: 2026 年 6 月 12 日
人才培养方案论证会	人才培养方案符合现代企业人才需求。 易芳平 侯杰 潘淑燕 刘嘉亮 赖仕涛 毛彬彬 唐红涛 刘继永 钱利军 钟立 朱以 周西 陈台忠 熊曾波 何成良 何峰 刘小通 马海慧 刘欢 签名: 2026 年 6 月 14 日
学术委员会	已上会通过 签名(盖章): 2026 年 7 月 14 日
校级党组织会议审定	同意 签名(盖章): 2026 年 7 月 19 日
备注	



编制说明

本方案是以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻党的二十大精神，按照全国教育大会部署，以落实立德树人根本任务，坚持面向市场、对接产业、服务发展、促进就业的办学方向，遵循国家专业教学标准、专业实训教学条件建设标准等国家标准，结合学校服务湖南区域经济发展需求和“数智赋能、湘商传承、实战育人”专业特色，由湖南商务职业技术学院数智营销专业教学团队与湖南快乐老人传媒有限公司、长沙悦涛文化传播有限公司等企业共同构建的德智体美劳全面发展的人才培养体系，体现了专业教学标准规定的各要素和人才培养的主要环节要求，规范了人才培养全过程，突出了职业教育的类型特点，落实了专业、课程、教材、教师、实习实训等教育教学关键要素改革，实现了高技能人才的有效培养。

本专业人才培养方案在制订过程中，历经专业建设指导委员会论证、人才培养方案论证、校学术委员会评审、提交学校校长办公会、党委会审定，将在 2026 级数智营销专业实施。

数智营销专业人才培养方案制订成员名单

序号	姓名	单位	职务	职称/职级
1	潘海燕	湖南商务职业技术学院	专业带头人	副教授
2	毛斑斑	湖南商务职业技术学院	教研室主任	讲师
3	刘小莲	湖南商务职业技术学院	专任教师	副教授
3	毛斑斑	湖南商务职业技术学院	教研室主任	讲师
4	刘小莲	湖南商务职业技术学院	专任教师	副教授
5	刘江兵	湖南商务职业技术学院	专任教师	副教授
6	李红燕	湖南商务职业技术学院	专任教师	讲师
7	肖诺晨	湖南商务职业技术学院	专任教师	助教
8	王岚	湖南商务职业技术学院	专任教师	助教
9	向南	湖南快乐老人传媒有限公司	招聘经理	
10	陈玲玲	、长沙悦涛文化传播有限公司	招聘经理	
11	周敏	中广天择传媒股份有限公司	剪辑指导	

目 录

一、专业名称及代码	2
二、入学要求	2
三、修业年限	2
四、职业面向	2
五、培养目标与培养规格	3
(一) 培养目标	3
(二) 培养规格	3
六、课程设置及要求	4
(一) 课程结构	7
(二) 专业课程与职业岗位能力要求对应关系分析	8
(三) 专业集中实训课程教学体系	11
(四) 课程描述	12
七、教学进程总体安排	82
(一) 教学进程周次安排及教学活动时间分配表	82
(二) 教学进程表	83
(三) 周学时及学时统计表	86
八、实施保障	86
(一) 师资队伍	86
(二) 教学设施	88
(三) 专业教学资源	92
(四) 教学方法	94
(五) 学习评价	94
(六) 质量管理	96
九、毕业要求	96
十、其他	97
(一) 引用的技术规范	98
(二) 学分银行转换的说明	98
附录	98
公共基础课开设统筹安排表	

湖南商务职业技术学院

2026 级三年制高职数智营销专业人才培养方案

一、专业名称及代码

数智营销（专业代码：530606）

二、入学要求

中等职业学校毕业、普通高级中学毕业或具备同等学力

三、修业年限

标准年限三年，实行弹性学制 2-6 年。

四、职业面向

本专业职业面向如表 1 所示。

表 1 本专业职业面向

所属专业大类 (代码)	所属专业类 (代码)	对应行业 (代码)	主要职业类别 (代码)	主要岗位群或 技术领域	职业技能等级证书、 社会认可度高的行业 企业标准和证书举例
财经商贸大类 (53)	工商管理类(5306)	互联网和相关服 务业、商务服 务业、零售业(I64、 I65、L72、F52)	全媒体运营师 (4-13-01-05)、 互联网营销师 S (4-01-06-02)、 用户增长运营师 S (4-07-02-06)、 生成式人工智能系 统应用员 S (4-04-05-13)	入职岗位：数字营 销专员、新媒体运 营专员、用户增长 专员、AI 内容生 成专员、运营数据 分析专员 发展岗位：数字营 销经理、全媒体运 营师、用户增长经 理、生成式 AI 产 品经理、数字化营 销经理 迁移岗位：AI 培 训导师、新创业者	互联网营销师(高级)、 用户增长运营师职业 能力证书、数字营销技 术应用职业技能等级 证书(1+X 证书，初、 中级)

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，传承技能文明，德智体美劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、科学素养、数字素养、职业道德、创新意识，具备突出的数字素养、数据思维和精益求精的工匠精神，较强的就业创业能力和可持续发展能力，掌握数据驱动营销、智能用户运营、生成式人工智能（AIGC）工具应用等专业知识和技术技能，具备职业综合素质和行动能力，面向数字经济时代的互联网和相关服务业、零售业、商务服务业以及正在进行数字化转型的各行各业，服务于区域经济社会数字化、智能化发展需要，能够从事全媒体运营、用户增长与私域运营、数据化营销策划、智能客服与营销自动化工具应用、生成式人工智能营销解决方案实施等工作的懂数据、精营销、会工具的复合应用型人才。

（二）培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力方面达到以下要求。

1. 素质要求

S1: 坚决拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

S2: 具有爱岗敬业的职业精神，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识；

S3: 具有质量意识、环保意识、安全意识、科学素养、

创新能力、工程思维、数据思维、湘商精神；

S4: 具有数字化意识，具备战胜教育数字化实践中遇到的困难和挑战的信心；

S5: 勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划能力，有较强的集体意识和团队合作精神；

S6: 具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和 1-2 项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，以及良好的行为习惯；

S7: 具有良好的人文素养和审美能力，能够形成 1-2 项艺术特长或爱好；

S8: 弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神，弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代风尚；

S9: 具有数据安全合规与算法伦理意识，理解并遵守《个人信息保护法》等法律法规，在营销活动中保护用户隐私。

S10: 具备服务意识、客户导向思维和奉献精神，在坚持原则的基础上寻求创新解决方案。

2. 知识要求

Z1: 掌握必备的思想政治理论、军事理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；

Z2: 熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防等知识；

Z3: 了解心理学的有关理念和基本概念，树立心理健康意识；

Z4: 掌握多元文化知识，理解不同文化内涵，掌握必要的跨文化知识；

Z5:掌握美的本质内涵，了解美学研究的基本脉络和美育的基本特征；

Z6:掌握 Windows 操作系统的基本操作方法和办公软件的基本功能；

Z7:掌握经济学、管理学、市场营销学等基础理论与核心概念。

Z8:掌握数字营销环境分析、消费者洞察、目标市场定位及智能营销组合策略制定的知识；

Z9:掌握消费者行为模式、消费心理与决策过程的分析框架与研究方法；

Z10:掌握生成式人工智能（AIGC）的基本原理、主流工具及其在营销各环节的应用范式与提示工程设计知识；

Z11:掌握市场调查与数据分析的基本流程、数字化调研方法、抽样技术与数据分析知识；

Z12:掌握推销、谈判及客户关系管理的核心原则、流程与策略知识；

Z13:掌握广告策划、媒体选择、效果评估及智能广告投放的基本原理与方法；

Z14:掌握新媒体平台特征、传播规律、内容策划、账号运营及粉丝管理的系统知识；

Z15:掌握 AI 辅助文案创作、智能优化、多风格适配的内容生产知识；

Z16:掌握 AI 辅助短视频策划、智能剪辑、特效生成及视频运营的知识；

Z17:掌握 H5 等智能交互内容的策划、设计逻辑与开发

工具应用知识；

Z18:掌握用户增长模型、数据驱动运营、营销自动化工具及数据分析可视化方法的知识。

3. 能力要求

通用能力

N1:具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力；

N2:具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力；

N3:具有良好的团队合作能力、学习能力和创新能力；

N4:具有熟练运用信息技术、收集处理信息的能力；

N5:具有自我探索技能、心理调适技能、心理发展技能；

N6:具有一定的创新创业能力。

专业能力

N7:具备市场洞察与数据分析能力，能够策划并执行数字化市场调研，运用数据分析工具形成决策支持报告；

N8:具备客户沟通与销售达成能力，能够运用数字工具进行客户拜访、方案演示、商务谈判与合同签订；

N9:具备数字营销技术应用能力，能够进行搜索引擎营销、信息流广告投放、社交媒体运营及营销自动化实施；

N10:具备AI赋能的内容创意与生产能力，能够使用AIGC工具高效生成及优化营销文案、视觉图像、短视频及交互内容；

N11:具备新媒体与内容运营能力，能够独立运营主流新媒体账号，策划并执行内容日历、粉丝互动与推广活动；

N12:具备数据驱动的营销策划与活动执行能力，能够为

中小企业制定线上线下整合的数字营销策划方案并组织实施；

N13: 具备广告策划与媒体整合能力，能够合理制定广告策略、选择媒体并进行效果优化；

N14: 具备用户增长运营能力，能够通过渠道拓展、活动策划与产品优化等手段，实现用户拉新、促活、留存与转化；

N15: 具备商务数据的系统化处理、分析与可视化呈现能力，能够使用工具监控营销效果并形成分析报告；

N16: 具备销售管理与团队协作的初步能力，能够参与销售预测、目标分解与过程控制；

N17: 具备客户服务管理与客户旅程优化的能力，能够利用 CRM 等工具提升客户满意度与忠诚度；

N18: 具备适应市场变化的快速应变与数字化创新创业能力。

六、课程设置及要求

（一）课程结构

本专业根据数智营销领域的实际需求和的发展趋势，构建了“模块化”课程体系，包括公共基础课程模块、专业基础课程模块、专业核心课程模块、专业拓展选修课模块和专业集中实训模块，旨在培养学生数字营销领域、全媒体运营领域、用户增长领域、AI 内容生成等领域的知识和技能，并通过实训模块强化学生的实践操作能力，为学生的职业发展打下坚实的基础。

课程分为五大模块：公共基础课程模块（必修、限选、任选）、专业基础课程模块、专业核心课程模块、专业拓展

选修课程模块、专业集中实训模块。具体如图 1 所示。

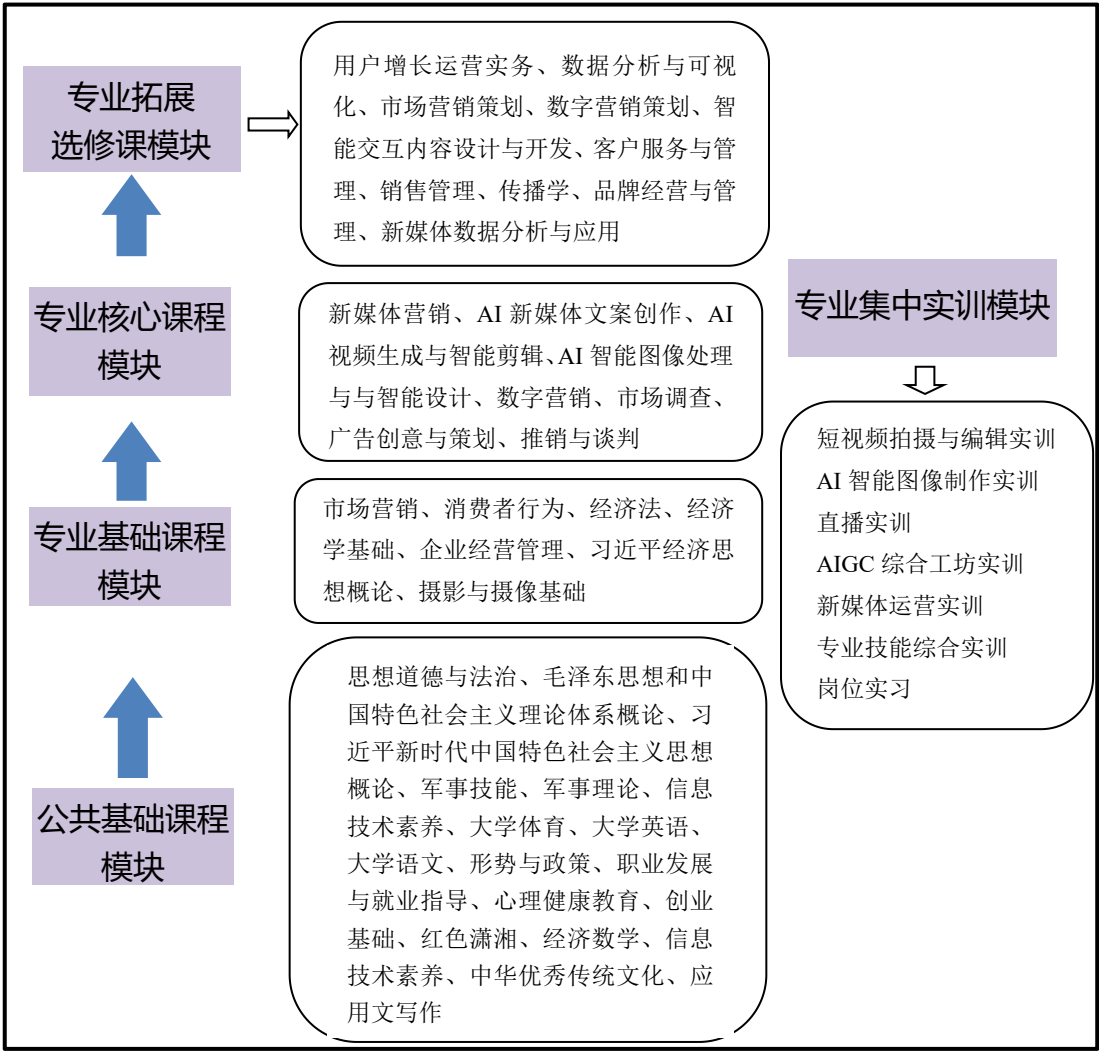


图 1 数智营销专业课程体系图

（二）专业课程与职业岗位要求对应关系分析

表 2 专业课程与职业岗位要求对应关系分析表

岗位名称	典型工作（项目）	核心职业岗位要求	专业课程
1 数字营销专员	1.1 制定与执行数字营销计划	1.1.1 分析数字营销环境与市场趋势	市场营销策划
		1.1.2 制定跨平台数字营销整合策略与预算	数字营销策划
		1.1.3 执行搜索引擎与信息流广告投放	数字营销
	1.2 数据监控	1.2.1 监控核心营销指标（KPI）与数	数据分析与可视化

	与效果优化	据采集	
		1.2.2 分析营销数据，评估活动效果（ROI）	市场调查、数据分析与可视化
		1.2.3 基于数据洞察提出投放与策略优化建议	数字营销、数智营销专业技能综合实训
	1.3 营销渠道管理与合作	1.3.1 拓展与管理线上营销渠道伙伴	渠道管理
		1.3.2 策划并执行渠道联合推广活动	市场营销策划
		1.3.3 维系渠道关系并进行效果评估	客户服务与管理
2 新 媒 体 运 营 专 员	2.1 新媒体矩阵内容策划与生产	2.1.1 策划多平台（微信、微博、抖音等）内容日历与主题	新媒体营销
		2.1.2 运用 AIGC 工具高效生成及优化图文、脚本	AI 新媒体文案创作
		2.1.3 制作与剪辑短视频、直播切片等视觉内容	AI 视频生成与智能剪辑、短视频拍摄与编辑实训
	2.2 账号运营与粉丝互动	2.2.1 执行日常内容发布、更新与定时互动	新媒体运营实训
		2.2.2 策划并执行粉丝增长、激活与留存活动	用户增长运营实务
		2.2.3 管理社群，维护用户关系与品牌形象	客户服务与管理
	2.3 直播策划与执行	2.3.1 策划直播主题、脚本与促销方案	直播实训
		2.3.2 担任主播或辅助完成直播流程与现场互动	直播实训、推销与谈判
		2.3.3 进行直播数据复盘与优化	数据分析与可视化
	2.4 品牌内容传播	2.4.1 参与制定品牌社交媒体传播策略	品牌经营与管理、传播学
		2.4.2 策划并制作品牌故事、公关图文/视频内容	智能交互内容设计与开发、广告实务、传播学
3 用 户 增 长 专 员	3.1 增长策略设计与实验	3.1.1 分析用户生命周期与核心增长指标	用户增长运营实务
		3.1.2 设计增长实验（如 A/B 测试），提出产品与运营优化假设	数据分析与可视化
		3.1.3 制定具体的拉新、促活、留存策略方案	数字营销策划
	3.2 增长渠道运营与优化	3.2.1 拓展、评估与管理外部增长渠道（如 KOL、应用商店）	渠道管理

		3.2.2 优化自有渠道（如 SEO、ASO、私域）的引流效率	数字营销
		3.2.3 通过活动策划（如裂变、邀请）实现病毒式传播	市场营销策划
	3.3 数据驱动分析与迭代	3.3.1 监控并分析用户行为数据漏斗，定位流失环节	数据分析与可视化
		3.3.2 构建用户画像，实现精细化分群运营	市场调查
		3.3.3 评估增长策略效果，持续迭代优化模型	数智营销专业技能综合实训、岗位实习
4 AI 内容生成专员	4.1 智能内容创意与策划	4.1.1 根据营销目标，策划 AIGC 内容主题与应用场景	AIGC 综合工坊实训
		4.1.2 精通提示工程（Prompt Engineering），有效驱动 AI 工具	AI 新媒体文案创作、AI 智能图像处理与智能设计
		4.1.3 生成多风格、多平台的文案、视觉素材创意草稿	AI 新媒体文案创作、AIGC 综合工坊实训
	4.2 智能内容生产与优化	4.2.1 使用 AI 工具批量生成营销文案、广告语、邮件等	AI 新媒体文案创作
		4.2.2 利用 AI 工具进行智能图像设计、人像处理与海报生成	AI 智能图像处理与智能设计
		4.2.3 运用 AI 工具进行视频智能剪辑、配音、字幕与特效生成	AI 视频生成与智能剪辑
		4.2.4 制作 H5 等交互式融媒体内容，并集成 AI 对话功能	智能交互内容设计与开发
	4.3 内容资产管理	4.3.1 建立与管理 AI 生成内容的素材库，制定使用规范	企业经营管理
		4.3.2 评估 AIGC 内容的质量、合规性与品牌一致性	广告实务、毕业设计
	5 运营数据分析专员	5.1 数据体系建设与监控	5.1.1 定义业务核心数据指标，参与数据看板（Dashboard）设计
5.1.2 搭建并维护日常数据监控报表体系			商务数据分析基础、数据分析与可视化
5.1.3 确保数据采集的准确性与完整性			数字营销
5.2 专项数据分析与洞察		5.2.1 针对营销活动、用户行为等进行深度专题分析	市场调查、数据分析与可视化
		5.2.2 运用统计分析模型（如回归、聚类）挖掘数据价值	数据分析与可视化

		5.2.3 将数据洞察转化为可视化报告与可行性业务建议	数据分析与可视化、数智营销专业技能综合实训
5.3 数据驱动决策支持		5.3.1 为营销策略、产品优化、用户运营提供量化决策依据	企业经营管理、岗位实习
		5.3.2 建立并维护用户标签体系,支持精准营销	用户增长运营实务
		5.3.3 跟踪决策落地后的数据反馈,完成效果闭环评估	毕业设计、岗位实习

(三) 专业集中实训课程教学体系

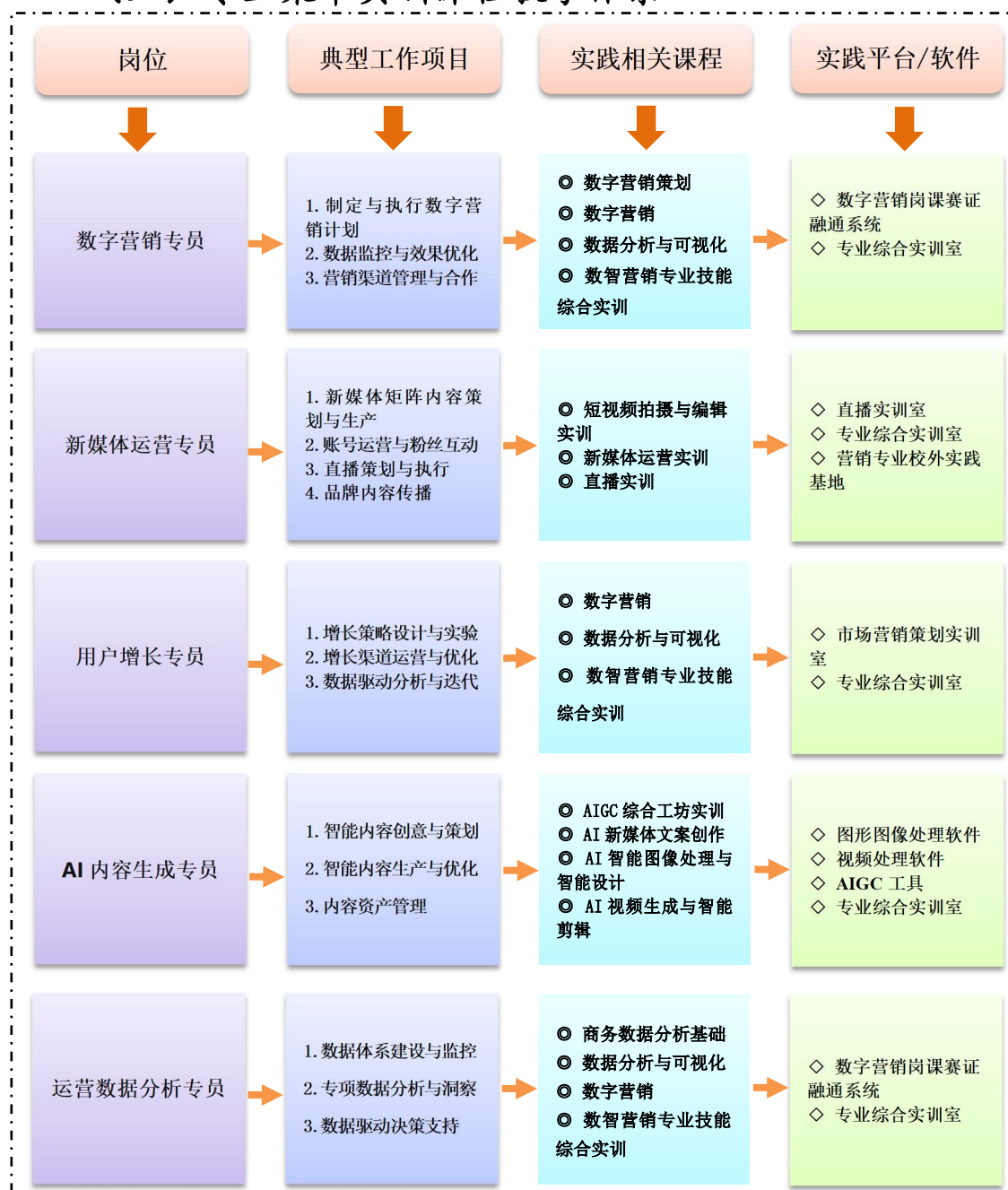


图 2 专业集中实训课程体系图

（四）课程描述

1.课程描述总体要求

对接岗位需求，引入新方法、新技术、新工艺、新标准、新装备，融通省级职业技能大赛、世界职业院校技能大赛竞赛标准和数字营销技术应用职业技能等级证书（中级）等职业资格证书能力要点，基于工作过程或能力模块或典型工作任务，系统设计每一门课程的课程目标、主要内容和教学要求，可操作性强。

（1）专业思政融入课程分析

在整个课程体系中，爱国主义教育、法治教育、职业道德教育等思政元素全程贯穿，将思政教育与专业教学深度融合。

专业思政与课程的融入如下表所示：

表 3 专业思政融入课程分析

课程模块	主要内容	思政融入	
公共基础课程	包括思想政治、身心修养、科技人文、创新创业等课程。	S4：通过信息技术课程，培养数字素养和终身学习能力。 S7：结合人文社科课程，提升人文素养和审美素养，鼓励艺术特长发展。	在所有课程中融入爱国主义教育、法治教育、职业道德教育，确保学生在掌握专业技能的同时，成为有理想、有本领、有担当的新时代青年。
专业基础课程	包括市场营销、消费者行为、经济法、经济学基础、管理学基础、摄影与摄像基础、习近平经济思想概论。	结合 S1-S3，强调在学习专业知识的同时，树立正确的世界观、人生观、价值观，践行社会主义核心价值观。	
专业核心课程	包括新媒体营销、AI 新媒体文案创作、AI 视频生成与智能剪辑、AI 智能图像处理与智能设计、市场调查、广告创意与策划、数字营销、推销与谈判等课程。	结合 S8-S10，系统融入劳模精神、劳动精神与工匠精神，弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代风尚；同时强化数据安全合规与算法伦理意识，严守《个人信息保护法》，在营销活动中保护用户隐私，培养以客户为中心的服务意识与奉献精神，坚持在合法合规与道德基础上寻求创新解决方案。	

专业拓展选修课程	包括用户增长运营实务、、智能交互内容设计与开发、数据分析与可视化、新媒体数据分析与应用、营销策划、数字营销策划、客户服务与管理、品牌经营与管理传播学等课程。	结合 S7-S10, 注重培养学生的人文素养与审美能力, 弘扬劳模精神、劳动精神和工匠精神, 强化数据安全合规与算法伦理意识, 严格遵守《个人信息保护法》, 在营销活动中保护用户隐私, 同时树立客户导向的服务意识与奉献精神, 在合规与道德前提下勇于创新。	
----------	--	---	--

(2) 相关技能竞赛融入课程分析

本专业相关的竞赛有省级职业技能大赛、世界职业院校技能大赛赛项, 竞赛内容与课程的融合如下表所示。

表 4 技能竞赛融入课程分析

竞赛名称	组织机构	能力考点	对应融通课程
湖南省职业院校技能大赛市场营销赛项	湖南省教育厅	市场分析(数据收集与分析、报告撰写)、营销活动策划(目标市场定位、策略制定、活动方案设计)、情境营销(角色扮演、模拟运营、决策制定)及办公软件运用、团队协作与沟通、创新思维等技能考察。	根据比赛成绩可融通对应学分的专业基础必修课、专业核心必修课、专业综合实践课、专业选修课
世界职业院校技能大赛市场营销赛项	世界职业院校技能大赛执行委员会	市场分析(数据收集与分析、报告撰写)、营销活动策划(目标市场定位、策略制定、活动方案设计)、情境营销(角色扮演、模拟运营、决策制定)及办公软件运用、团队协作与沟通、创新思维等技能考察。	根据比赛成绩可融通对应学分的专业基础必修课、专业核心必修课、专业综合实践课、专业选修课

(3) 相关证书融入课程分析

本专业相关的证书是数字营销技术应用职业技能等级证书(初级)、数字营销技术应用职业技能等级证书(中级)、互联网营销师(高级)等级证书, 证书内容与课程的融合如下表所示。

表 5 相关证书融入课程分析

国家职业资格证书/职业技能等级证书名称	颁证单位	工作领域	工作任务	对应融通课程
数字营销技术应用职业技能等级证书(初	中教畅想科技股份有限公司	面向利用数字化社交网络、APP 及小程序等技术开展社群运	主要围绕社交营销、APP 营销、小程序营销等核心领域展开,	用户增长运营实务、新媒体营销

级)		营、口碑传播、用户增长等基础营销工作的岗位，涵盖客户拉新、促活留存及转化等。	旨在培养学员在客户获取、用户运营及转化等方面的基础技能。	
数字营销技术应用职业技能等级证书（中级）	中教畅想科技股份有限公司	主要面向利用数字营销技术（如搜索引擎、推荐引擎等）进行品牌推广、广告策划执行及数据分析优化的实战型岗位，涵盖市场调研、渠道运营、用户增长及效果评估等核心领域。	涵盖目标受众分析与定位、数字营销策划与执行、搜索排名优化、搜索竞价营销、推荐引擎营销以及数据分析与效果评估等多个方面。	数字营销、数字营销策划
互联网营销师（高级）	中国轻工业联合会	协助选品、直播脚本执行、视频素材整理、平台数据监测	数字化营销基础操作、产品审核与选品支持、营销推广与用户运营、数据采集与售后协调、合规与质量把控	新媒体营销
全媒体运营师	国家广播电视总局广播影视人才交流中心	全媒体文案策划、全媒体素材加工处理、全媒体传播与运营、全媒体数据分析、全媒体网页制作与开发	综合利用各种媒介技术和渠道，采用数据分析、创意策划等方式，从事对信息进行加工、匹配、分发、传播、反馈等工作。	新媒体营销、AI 新媒体文案创作、AI 视频生成与智能剪辑、智能交互内容设计与开发

（4）专业技能考核标准融入课程分析

本专业技能考核对接智能内容创作与运营、用户增长与营销运营和数据智能与分析决策等方向岗位群的典型岗位要求，具体分为三个模块：专业基本技能模块、岗位核心技能模块和岗位拓展技能模块。模块内容与专业课程对应关系如下表所示。

表 6 技能考核模块内容与专业课程对应关系

序号	模块名称	模块内容	专业课程
1	市场调研模块	调研问卷设计； 调研方案文本撰写； 调研数据分析与处理； 调研报告文本撰写。	市场调查 商务数据分析基础 数据分析与可视化
2	推销技巧模块	撰写推销方案, 产品现场推销	推销与谈判
3	全媒体营销推广方案策划模块	制定线上线下结合的全媒体营销推广方案（线上为主，线下为辅），配合广告策略	新媒体营销 市场营销策划 广告实务 数字营销策划

4	智能文案创作模块	利用 AI 工具制定不同类型的媒体文案作品	AI 新媒体文案创作
5	短视频智能制作模块	利用 AI 工具进行短视频的剪辑与处理	AI 视频生成与智能剪辑

2.公共基础课程模块（必修、限选、任选）

（1）思想道德与法治

开设学期	2	参考学时	48	学分	3
课程目标： 素质目标：培养学生具备较高的思想道德素质和法治素养，成长为自觉担当民族复兴大任的时代新人。 知识目标：掌握新时代的内涵与意义，理解人生观的重要作用，掌握中国精神的内涵和意义，理解社会主义核心价值观的内涵，理解道德准则和中国特色社会主义法治体系。 能力目标：能够坚定理想信念，践行社会主义核心价值观；形成正确的道德认知；理解中国特色社会主义法治，增进法治意识，养成法治思维，积极投身道德与法治实践。					
主要支撑培养规格：S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容： 理解并掌握马克思主义的世界观、人生观、价值观、道德观、法治观。引导学生探究现实生活中的道德和法律问题，运用所学的理论知识， 分析问题并提出解决问题的方法。					
序号	教学单元	教学内容			
1	绪论	中国特色社会主义新时代的内涵与意义，培养学生成长为担当民族复兴大任的新时代青年。			
2	思想篇	世界观、人生观、价值观的教育，帮助学生树立正确的理想信念，理解人生的意义和方向。弘扬中国精神，培育社会主义核心价值观。			
3	道德篇	道德观教育，传承中华传统美德，弘扬中国革命道德，引导学生养成良好的道德品质。			
4	法治篇	法治观教育，帮助学生理解法律的基本知识，树立法治观念，增强法律意识，学会运用法律知识解决实际问题。			
教学要求： 1. 方法手段：以教师课堂讲授为主，实践教学、自主学习为辅，通过主题研讨、案例分析、实践分享、多媒体音频和视频等教学方式和手段，提高教学的时效性。 2. 考核评价：课程采用过程性评价与终结性考核相结合的考评模式。其中过程性评价占比总成绩的 60%，终结性考核占比总成绩的 40%，从知识、能力、素养三个方面综合考核。					

（2）毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论

开设学期	1	参考学时	32	学分	2
------	---	------	----	----	---

课程目标： 素质目标：培养学生运用马克思主义基本原理分析和解决实际问题的能力，坚定在党的领导下走中国特色社会主义道路的理想信念，增强投身到我国社会主义现代化建设中的自觉性、主动性和创造性。 知识目标：理解毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观的形成、发展、主要内容、历史地位和意义。 能力目标：能够联系实际，树立正确的历史观点、世界视野、国情意识和问题意识；能够运用马克思主义立场、观点和方法认识问题、分析问题和解决问题。		
主要支撑培养规格：S1 S2 Z1 N1 N3		
主要内容：		
序号	教学单元	教学内容
1	导论：马克思主义中国化时代化的历史进程与理论成果	1. 什么是马克思主义 2. 中国为什么选择了马克思主义 3. 为什么要实现马克思主义中国化时代化 4. 什么是马克思主义中国化时代化 5. 马克思主义中国化时代化有哪些理论成果 6. 本教材的主线和重点
2	毛泽东思想	1. 毛泽东思想及其历史地位 2. 新民主主义革命理论形成的依据 3. 新民主主义革命道路的总路线和基本纲领 4. 新民主主义革命的道路和基本经验 5. 从新民主主义到社会主义的转变 6. 社会主义改造道路和历史经验 7. 社会主义制度在中国的确立 8. 社会主义建设道路的初步探索
3	中国特色社会主义理论体系的形成发展、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观	1. 邓小平理论的形成、主要内容及历史地位 2. “三个代表重要思想”的形成、核心观点、主要内容及历史地位 3. 科学发展观的形成、科学内涵、主要内容及历史地位
教学要求： 1. 方法手段：主要采用理论与实践相结合，线上与线下相结合，课内与课外相结合的教学方式，运用问题导向、任务驱动、小组辩论等教学方法，通过多媒体音频、视频等教学方式和手段，提高教学的实效性。 2. 考核评价：课程考核为平时成绩+期末线上考试。		

(3) 习近平新时代中国特色社会主义思想概论

开设学期	2	参考学时	48	学分	3
课程目标： 素质目标：切实增强全面贯彻党的基本理论、基本路线和基本方略的自觉性和主动性，进一步坚定建设富强民主和谐文明美丽的社会主义现代化强国的决心，引导学生坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，在实现中国梦的实践中放飞青春梦想。 知识目标：理解习近平新时代中国特色社会主义思想的核心要义、主要内容、理论特质与历史地位，更好把握中国特色社会主义的理论精髓与实践要义。 能力目标：能够理论联系实际，运用所学专业理论知识，正确看待社会问题，分析社会现象；能够运用马克思主义的立场、观点和方法发现问题、分析问题和解决问题。					
主要支撑培养规格：S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容：					
序号	教学单元		教学内容		
1	导论 马克思主义中国化时代化新的飞跃		1. 习近平新时代中国特色社会主义思想是如何创立的？ 2. 习近平新时代中国特色社会主义思想回答了什么重大时代课题？ 3. 习近平新时代中国特色社会主义思想主要包含哪些内容？ 4. 如何理解习近平新时代中国特色社会主义思想的历史地位？ 5. 如何学好用好习近平新时代中国特色社会主义思想？		
2	第一章 新时代坚持和发展中国特色社会主义		1. 中国特色社会主义如何一路走来？ 2. 如何理解中国特色社会主义是社会主义而不是其他什么主义？ 3. 为什么说中国特色社会主义进入了新时代？ 4. 新时代坚持和发展中国特色社会主义如何一以贯之？		
3	第二章 以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴		1. 为什么说实现中华民族伟大复兴进入了不可逆转的历史进程？ 2. 如何擘画全面建成社会主义现代化强国的宏伟蓝图？ 3. 中国式现代化是一种什么样的现代化		
4	第三章 坚持党的全面领导		1. 为什么要坚持党的领导？ 2. 怎样理解党的领导是全面的、系统的、整体的？ 3. 怎样实现党的全面领导？		

5	第四章 坚持以人民为中心	1. 为什么必须坚持以人民为中心？ 2. 如何理解不断实现人民对美好生活的向往？ 3. 怎样实现人的全面发展、全体人民共同富裕？
6	第五章 全面深化改革	1. 为什么要全面深化改革开放？ 2. 怎样推进全面深化改革开放？ 3. 如何将改革开放进行到底？
7	第六章 推动高质量发展	1. 如何完整、准确、全面贯彻新发展理念？ 2. 如何坚持和完善社会主义基本经济制度？ 3. 如何加快构建新发展格局？
8	第七章 社会主义现代化建设的教育、科技、人才战略	1. 为什么要坚持教育、科技、人才一体推进？ 2. 怎样加快建设教育强国？ 3. 怎样加快建设科技强国？ 4. 如何深入实施新时代人才强国战略？
9	第八章 发展全过程人民民主	1. 什么是全过程人民民主？ 2. 全过程人民民主好在哪里？ 3. 如何践行全过程人民民主？
10	第九章 全面依法治国	1. 为什么要全面推进依法治国？ 2. 为什么要走中国特色社会主义法治道路？ 3. 如何理解全面依法治国的总目标？ 4. 如何建设法治中国？
11	第十章 建设社会主义文化强国	1. 为什么建设中国特色社会主义文化？ 2. 为什么要坚持马克思主义在意识形态领域指导地位的根本制度？ 3. 为什么要用社会主义核心价值观凝心聚力？ 4. 如何铸就社会主义文化新辉煌？
12	第十一章 加强以民生为重点的社会建设	1. 为什么说“悠悠万事，民生为大”？ 2. 提高人民生活品质着重从哪些方面入手？ 3. 怎样推进社会治理现代化？
13	第十二章 建设社会主义生态文明	1. 新时代为什么突出强调生态文明建设？ 2. 建设什么样的生态文明？ 3. 怎样建设美丽中国？ 4. 怎样共谋全球生态文明建设之路？

14	第十三章 维护和塑造国家安全	1. 为什么要坚持总体国家安全观？ 2. 如何构建统筹各领域安全的新安全格局？ 3. 怎样推进国家安全体系和能力现代化？
15	第十四章 建设巩固国防和强大人民军队	1. 为什么要建设巩固国防和强大人民军队？ 2. 怎样建设巩固国防和强大人民军队？ 3. 人民军队怎样捍卫国家主权、安全、发展利益？
16	第十五章 坚持“一国两制”和推进祖国完全统一	1. 如何全面准确理解和贯彻“一国两制”方针？ 2. 为什么说“一国两制”是保持港澳长期繁荣稳定的最佳制度？ 3. 为什么说祖国完全统一的时和势始终在我们这一边？
17	第十六章 中国特色大国外交和推动构建人类命运共同体	1. 世界怎么了？ 2. 人类向何处去？ 3. 中国怎么办？
18	第十七章 全面从严治党	1. 为什么要全面从严治党？ 2. 为什么十八大以来管党治党宽松软状况得到根本扭转？ 3. 如何理解全面从严治党这场伟大自我革命？
教学要求： 1. 方法手段：主要采用理论教学与实践教学相结合的模式，由以“教”为主向重“学”为主的教学模式发展。在理论教学中采取因材施教、互动式与启发式教学方法，具体运用问题讨论法、合作辩论法、视频观摩互动法、分组讨论法、启发式教学法等，结合学生中的思想热点或时政热点问题，进行教学，注重实效。在实践教学注重现场模拟、亲身体验、社会调查等多种互动式教学形式，调动学生学习的积极性和主动性，锻炼和提高学生的综合素质与实践能力。		

2. 考核评价：

考核内容组成

考核内容	理论（40%）	实践（60%）		
考核方式	期末在线考试	能力考核	素质拓展	
具体指标	闭卷考试	实践活动等	平时表现 （课堂出勤、课堂纪律、回答问题等）	线上学习 （包括十七章及特色音频系列学习任务等）
考核目标	检验和巩固对本课程基本理论知识的理解和运用	培养学生分析问题解决问题的能力	锻炼学生的自主学习能力，提高学生的综合素质	培养学生自主学习与独立思考的能力，提高学生的学习力
分值比例	40%	15%	25%	20%

（4）形势与政策

开设学期	1、2、3、4、5	参考学时	40	学分	1
课程目标： 素质目标：具备感知国情民意的意识，具备树立“四个意识”、坚定“四个自信”的意识，做担当民族复兴大任的时代新人。 知识目标：准确理解党的基本理论、基本路线、基本方略；正确认识新时代国内外形势，深刻领会党的十八大以来党和国家事业取得的历史性成就、发生的历史性变革、面临的历史性机遇和挑战。 能力目标：掌握正确分析形势和理解政策的能力，能对国内外重大事件、敏感问题、社会热点、难点和疑点问题进行思考、分析和判断。					
主要支撑培养规格：S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容：					
序号	教学单元		教学内容		
1	理论教学		根据中宣部，教育部每学期下发的《形势与政策教育教学要点》，紧密围绕党和国家重大理论政策，中国式现代化建设的情况，国际形势等方面的情况与时俱进设定教学内容，由形势与政策教研室召开教育教学专题会议，共同商议确定每学期的具体授课内容。		
2	实践教学		根据每学期具体的授课内容，安排实践主题，在课堂进行展示。		

教学要求:

1. 方法手段: 以教师课堂讲授为主, 自主学习为辅, 以激发学生自主学习为目标, 采用参与式, 互动式, 启发式, 讨论式等教学方式, 依托学习通教学平台为学生提供大量的资源, 并完成主题讨论和作业的提交, 以提升教学的实效性。

2. 考核评价: 突出考查学生分析问题和解决问题的能力, 本课程考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式, 过程性考核成绩占 50%, 终结性考核成绩占 50%。

(5) 思政实践

开设学期	1-2	参考学时	16	学分	1
课程目标: 素质目标: 坚定学生的中国特色社会主义信念, 激发学生的民族自豪感、自尊心和自信心; 促进学生热爱中国共产党的感情, 拥护党的领导; 帮助学生认识社会、关心社会, 激发学习兴趣, 学会做人、学会协作, 立志成为新时代中国特色社会主义事业的建设者和接班人。 知识目标: 让学生通过亲身实践, 了解中国特色社会主义的发展历程, 党的十八大后中国发展取得的伟大成就, 进一步加深大学生对习近平新时代中国特色社会主义思想概论与思想道德与法治两门课程基本内容的理解, 深刻领会习近平新时代中国特色社会主义思想的精神实质。 能力目标: 培养学生运用马克思主义立场和观点发现实际问题、分析实际问题以及解决实际问题的能力; 提高学生认识能力、思辨能力和实践能力, 让他们在实践中学会做人、学会做事、懂得合作。					
主要支撑培养规格: S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容: 学生以实践小组的方式参与教学, 围绕思想政治理论课的教学内容, 结合专业特点开展实践活动 (具体实施由各门思政课负责人根据 课程内容的需要, 结合时事热点, 在各门思政课教学过程中安排, 不单独计课时)。					
教学要求: 1. 方法手段: 以思政实践教学平台为载体, 通过案例示范、任务驱动、主题活动等方式, 让学生在学习理论知识的同时, 有组织的参与思政实践。 2. 考核评价: 突出考查学生分析问题和解决问题的能力, 考核学生的实践能力, 本课程考核与各门思政课考核融合进行。					

(6) 军事技能

开设学期	1	参考学时	112	学分	2
课程目标: 素质目标: 养成良好的军事素养, 增强组织纪律观念, 培养学生令行禁止、团结奋进、顽强拼搏的过硬作风。 知识目标: 掌握内务制度与生活制度; 掌握列队动作基本要领。 能力目标: 能较好地完成内务整理和队列动作训练。					

主要支撑培养规格：S1 S2 S5 Z1 Z2 N3		
主要内容：		
序号	教学单元	教学内容
1	共同条令	《内务条令》《纪律条令》《队列条令》教育。
2	分队的队列动作	集合、离散，整齐、报数，出列、入列，行进、停止，方向变换等。
3	内务整理	被子折叠与摆放，床铺整理，生活用品规范摆放、室内清洁卫生等。
教学要求： 1. 方法手段：本课程实践性强，基于行动导向教学四步法、案例教学法、情景教学法、启发式教学法、发现式教学法等教学方法，按纲施训。 2. 考核评价：课程评价采用“过程性+终结性”考核的方式，由辅导员和承训教官共同组织实施，主要从出勤率、学习态度、学习纪律、内务整理、掌握程度等全方位多角度进行考核和考察，既能提高学生的课堂活动参与度，更能促使学生进一步理解技能要领；过程性考核 70%，终结性考查占 30%，形成最后的鉴定表。		

（7）军事理论

开设学期	5	参考学时	36	学分	2
课程目标： 素质目标：增强学生依法建设国防的观念，强化国家安全隐患意识和忧患意识；培养学生爱国情怀，传承红色基因，激发学习热情；树立学生为国防建设服务的思想，增强集体观念和纪律性。 知识目标：了解国防基本内容、发展历史、国防法规、国防建设；掌握国防动员与武装力量体制、国防教育的相关内容；学习军事思想的形成与发展，掌握军事理论的核心内容；了解世界战略格局概况、战略基本理论；熟悉高技术战争的特点、演变历史及军事高科技的种类。 能力目标：能主动参与和支持国防建设，自觉保卫国家安全；具备从军事角度观察、分析和处理问题的能力。					
主要支撑培养规格：S1 S2 S5 Z1 Z2 N3					
主要内容：					
序号	教学单元		教学内容		
1	中国国防		中国国防基本内容、历史和现状；我国当代国防法规体系、武装力量体制，国防动员主要内容。		
2	国家安全		国家安全内涵、原则与总体安全观；我国国家安全形；国际战略形势现状与发展趋势、世界主要国家军事力量及战略动向。		

3	军事思想	军事思想的形成与发展过程；我国古代和当代军事思想。
4	现代战争	战争内涵、特点及发展历程；新军事革命的发展演变与主要内容。
5	信息化战争	信息技术和信息化战争的特点；各国主站飞机、坦克、军舰等信息武器装备发展趋势与战列应用；科学技术与战争的关系。
教学要求： 1. 方法手段：重视信息技术和慕课、微课、视频公开课等在线课程在教学中的应用和管理，注重教学的时代性、针对性和有效性。 2. 考核评价：按百分制计分，采用过程性考试方式，主要从出勤率、平时作业、学习表现等全方位多角度进行考核和考察，既能提高学生的课堂活动参与度，更能促使学生进一步增强国家安全意识、爱国意识，提高军事素养；过程考核 70%，期末考查占 30%。		

(8-11) 大学体育 (1-4)

开设学期	1、 2、 3 、4	参考学时	112	学分	7
课程目标： 素质目标：培养学生吃苦耐劳的精神，坚韧不拔的品质，积极向上的态度，团结协作的意识；培养学生集体荣誉感，形成正确运动思维和观念，养成良好的锻炼习惯，提高学生身体素质。 知识目标：掌握体育与健康的基础理论知识和专项运动技能，注重培养学生体育文化欣赏能力以及终身参加活动的意识； 能力目标：提升学生身体素质、心理素质、社会适应能力，培养学生运动兴趣、运动技能、健康意识、心理素质和团队写作能力，为未来生活和工作奠定良好基础。					
主要支撑培养规格：S1 S2 S5 S6 S7 Z1 Z3 N1 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	协调性和平衡能力训练	公体课：太极拳、健美操			
2	球类项目	选项课：篮球、排球、足球、乒乓球、羽毛球、网球			
3	综合项目	选项课：武术、跆拳道、排舞、传统功法、健身操、拓展训练、休闲体育、健身健体、有氧舞蹈、爵士舞、形体训练、匹克球			
教学要求：描述教学方法、手段与专业结合、融合课程思政等要求，与“实施保障”前后呼应，关联度强。 1. 课程思政：挖掘体育教学中的思政元素、创新教学方法和形式、注重学生全面发展及发挥教师示范作用等措施，实现体育与思政的有机融合，培养学生优良道德品质、团队合作精神和爱国情怀。 2. 方法手段：理论与实践相结合。采用示范讲解、情境教学、教学比赛递加法、分解法、游戏法等教学方法，帮助学生逐步掌握运动技能，并结合专项素质训练巩固练习，培					

养团队精神、竞争意识、自我管理能力等综合素质；利用网络教学平台、多媒体、视频等信息化教学方法与手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。

3. 考核评价：采用过程性评价与终结性评价相结合。大学体育（一、三）：（课堂表现+课后锻炼）40%+（体质测试）20%+（期末测试）40%；大学体育（二、四）：（课堂表现）20%+（课后锻炼）20%+（期末测试）60%。

（12）大学生心理健康

开设学期	1/2	参考学时	32	学分	2
课程目标： 素质目标：培养学生优良的心理品质，树立正确世界观、人生观、价值观，具有健康的心理、健全的人格和较强的心理自我调节能力。 知识目标：掌握心理健康保健知识，了解心理健康有关理论和基本概念，理解心理发展规律、心理问题产生的原理。 能力目标：具有自我认知能力、人际沟通能力、自我调节能力。					
主要支撑培养规格：S6 Z3 N5					
主要内容：主要介绍大学生常见的心理困惑与异常心理，以及关于自我认识、情绪控制、压力管理、人际关系、爱的能力培养等相关心理学知识和技巧。					
序号	教学单元		教学内容		
1	求助意识		心理初探，评估健康水平；自我识别，增强保健意识		
2	助人情怀		个性探索，促进人格发展；自我认识，完善人格品质		
3	自愈能力		情绪调节，塑造阳光心态；压力管理，应对人生风波		
4	生活激情		人际解码，感受快乐生活；经营爱情，成就幸福人生		
教学要求：描述教学方法、手段与专业结合、融合课程思政等要求，与“实施保障”前后呼应，关联度强。 1. 课程思政：按照“勇气→仁爱→智慧→卓越”四段递进式思政主线讲授“求助意识→助人情怀→自愈能力→生活激情”递进式 13 个“一课次一目标”的学习专题。 2. 方法手段：采取“线上+线下”混合式教学模式。以课堂活动体验为主，学生在线自主学习、教师课堂讲授、课后实践拓展为辅，通过讨论、多媒体音频和视频等教学方式和手段，提高教学效果。 3. 考核评价：课程考核由线上成绩和线下成绩组成。其中过程性评价占 60%，包括学习态度、学习习惯和知识技能的掌握，结果评价 20%，指期末考试成绩，增值评价 20%，考察思政素养的养成情况。					

(13-14) 劳动教育（劳动实践）

开设学期	1	参考学时	16	学分	1
课程目标： 素质目标：具备正确劳动价值观，养成良好的劳动习惯和热爱劳动的思想情感，逐步树立工匠精神。 知识目标：认知劳动的价值，马克思主义劳动观;掌握劳动精神、劳模精神、工匠精神;了解新时代劳动特质。 能力目标：能运用知识技能发现、分析、解决问题，为社会生活打基础；坚持五育理念，以劳动促进德智体美发展，养成劳动习惯。					
主要支撑培养规格：S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容：					
序号	教学单元		教学内容		
1	劳动与劳动教育		课程导论；劳动、劳动价值、劳动价值观		
2	劳动精神		新时代劳动精神内涵；劳动精神对大学生成长的意义		
3	工匠精神		工匠精神的内涵；如何锤炼工匠精神		
4	劳模精神		劳模精神的内涵；汲取劳模经验，聆听榜样故事		
5	劳动关系		认识劳动关系；用法律构建和谐劳动关系		
6	劳动实践		走近大学生劳动实践;大学生生产劳动与职业发展。		
教学要求： 1. 课程思政：课程 2 和 3 通过融入劳模和工匠故事进行文化教育，模块 5 结合法治思想进行思政教学。通过故事激发学生对劳模精神、工匠精神的追求，培养法律意识和社会责任感，实现知识与价值的统一。 2. 方法手段：通过知识导入、案例示范、任务驱动、主题活动、劳动实践等，使学生坚持在课堂教学、活动实践、自我学习等教育环节上付出辛勤劳动，有利于树立正确的劳动价值观。 3. 考核评价： 本课程采用过程性考核与结果考核相结合的方式，全面评估学生表现，综合评定成绩。过程性考核涵盖课堂考勤、课堂互动及课堂实践活动等方面，占总评的 60%，重点考察学生的认知能力、自主探索精神、团队合作意识及精益求精的职业素养。结果考核则占 40%。课程考核评价贯穿学生参与劳动的全过程，采用个性化、多元化、动态化的评价手段，旨在激发学生学习积极性，提升劳动教育课程的整体质量。					

(15) 国家安全教育

开设学期	2	参考学时	16	学分	1
------	---	------	----	----	---

课程目标： 素质目标：能够深入理解和准确把握总体国家安全观，牢固树立国家利益至上的观念；增强自觉维护国家安全意识，具备维护国家安全的能力。 知识目标：基本掌握总体国家安全观的基本内涵、重点领域和重大意义；熟悉总体国家安全观相关法律法规；了解国家安全重点领域面临的威胁与挑战。 能力目标：掌握维护国家安全的途径与方法；在日常的学习生活中，能够自觉养成维护国家安全的良好习惯。		
主要支撑培养规格：S1 S2 Z1 N1 N3		
主要内容：		
序号	教学单元	教学内容
1	总体国家安全观概述	总体国家安全观的创立 总体国家安全观的科学内涵 总体国家安全观的重点领域和基本特征
2	中国特色国家安全道路	统筹发展和安全 坚持中国共产党的领导 坚持以人民安全为宗旨 坚持以政治安全为根本 坚持以经济安全为基础 坚持以军事、科技、文化、社会安全为保障 坚持以促进国际安全为依托 筑牢其他各领域国家安全屏障
3	大学生要争做总体国家安全观坚定践行者	增强国家安全意识，坚持国家利益至上 增强忧患意识，发扬斗争精神 增强社会责任，形成维护国家安全合力
教学要求： 1. 方法手段：通过案例教学，以鲜活的安全案例来阐述国家安全理论。课前，要求学生查阅相关资料，了解学习目标；课中，积极参与课堂讨论，掌握学习内容；课后，完成老师布置的相关作业。 2. 考核评价：课程考核为平时成绩+期末线上考试。线上，要求学生平时观看视频课程，完成章节测验；线下，参与课堂学习、讨论、完成小组任务。		

(16-17) 大学英语

开设学期	1-2	参考学时	128	学分	8
课程目标： 素质目标：培养职业责任感、社会服务意识及跨文化包容态度，树立终身学习理念，增强职场适应力与创新自信。 知识目标：掌握职场场景核心词汇（旅行、购物、急救等）、跨文化交际常识及职业发展相关术语（求职、智能技术、网络安全等），理解行业趋势与职场规范。 能力目标：提升英语听说读写综合应用能力，能在真实场景中沟通协作（如面试、志愿服务）、解决问题（如急救、网络威胁），并运用逻辑思维规划职业目标。					

主要支撑培养规格： S1、S2、Z4、N1、N2、N3		
主要内容		
序号	教学单元	教学内容
1	(上) Unit 1 Traveling	旅行场景词汇、跨文化沟通技巧、行程规划与应急处理模拟练习。
2	Unit 2 Shopping	商品描述与议价表达、退换货流程对话、消费纠纷解决案例分析。
3	Unit 3 First Aid	急救术语、常见伤病处理步骤演示、急救设备使用英语指令实践。
4	Unit 4 Volunteering	志愿服务类型与流程、公益项目策划术语、团队协作任务模拟。
5	Unit 5 Intelligent Vehicles	智能汽车技术原理、交通趋势讨论、科技伦理与安全驾驶议题辩论。
6	Unit 6 Cybersecurity	网络安全基础概念、风险识别与防护策略、网络威胁应对情景演练。
7	(下) Unit 1 Looking for Jobs	求职渠道与岗位分析、简历与求职信撰写模板、招聘信息筛选实践。
8	Unit 2 Job Interviews	面试问答技巧、职场礼仪模拟、压力面试与逻辑应答训练。
9	Unit 3 In the Workplace	职场沟通术语、会议与任务分配对话、跨文化团队协作角色扮演。
10	Unit 4 Career Paths	职业发展阶段理论、行业趋势调研、个人职业生涯规划书撰写指导。
11	Unit 5 Social Media and Career Success	社交媒体人脉管理、个人品牌塑造案例、职业信息传播伦理讨论。
12	Unit 6 Setting Smart Goals	SMART 原则应用、目标分解与进度跟踪工具、职业目标陈述与反馈优化。
教学要求： 1. 课程思政： 以急救伦理、志愿服务精神、网络安全责任等主题为切入点，通过案例分析、角色扮演深化职业使命感与社会责任感，融入工匠精神与社会主义核心价值观。 2. 方法手段： 采用任务驱动法（如智能汽车技术调研、求职面试模拟）、线上线下混合式教学（BOPPPS 模型），结合智能技术、职业场景设计项目式学习，强化语言应用与专业实践融合。 3. 考核评价： 构建“语言能力（40%）+职业素养（30%）+思政表现（30%）”多维体系，过程评价（课堂参与、项目报告）与终结评价（情景测试、目标陈述）结合，突出伦理意识与创新协作能力。 关联实施保障： 依托实训平台、企业案例库及思政资源库，确保教学内容与行业需求、价值引领同步，师资培训与动态评价机制支撑目标落地。		

(18) 生涯与就业指导

开设学期	1、4	参考学时	32	学分	2
------	-----	------	----	----	---

课程目标:		
素质目标: 确立职业发展的概念和意识, 具备职业生涯发展自主意识, 正确的人生观、价值观和就业观念, 将个人发展和国家需要、社会发展相结合。 知识目标: 基本了解生涯规划的概念、特点, 掌握生涯规划相关理论, 职业发展的阶段特点, 较为清晰地认识自己的特性、职业的特性以及社会环境和职业分类。了解就业形势与政策法规, 掌握基本的劳动力市场信息; 了解求职全过程以及求职安全和就业权益维护的相关知识。 能力目标: 具有自我探索技能、信息搜索与管理技能、职业生涯决策技能, 人工智能工具使用技能; 具有各种通用能力, 如自我管理能力和人际交往能力等。能够具有简历写作和投递技巧, 求职面试礼仪和应答技巧, 能够具有各种通用能力, 如数智素养、沟通能力和问题解决能力等。		
主要支撑培养规格: S1-S7, N1-N4		
主要内容:		
序号	教学单元	教学内容
1	职业目标	1. 成长赛道评审规则全景解读, 树立贴合国家战略、产业需求的正确择业观 2. 自我认知系统梳理: 兴趣、能力、特长、成长路径复盘与核心优势挖掘 3. 行业趋势、就业市场需求、目标岗位胜任力模型深度调研 4. 基于人岗差距分析, 用 SMART 原则设定长中短期职业目标 5. 高职 3 年分阶段成长计划制定, 实现岗课赛证融合
2	学习实践行动	目标岗位核心能力提升路径设计, 匹配专业硬技能、通用软技能要求
3	优化改进	成长收获、不足与根因分析, 制定针对性改进方案
4	赛事实战与期末考核	成长赛道生涯发展报告终稿打磨
5	职业目标	1. 就业赛道评审规则全景解读, 明确求职与赛事的核心得分逻辑 2. 就业市场需求深度分析, 锁定 1-2 个核心目标岗位 3. 目标岗位任职要求、工作流程、发展路径、用人偏好精准拆解 4. 人岗匹配度分析, 明确核心优势与求职竞争力定位
6	岗位胜任力	1. 目标岗位专业胜任力打造: 专业技能成果化呈现, 解决实际问题的能力证明 2. 职业综合素质提升: 沟通协作、执行力、问题解决能力、敬业奉献职业精神培养 3. 求职材料全流程制作: 高匹配度简历打磨、求职作品集系统化呈现 4. 全场景面试实战: 半结构化面试、无领导小组讨论、职场情景模拟全流程技巧与演练 5. 面试礼仪、心态调整与突发问题应对

7	发展潜力	1. 职场持续学习能力与创新精神培养，匹配行业长期发展需求 2. 入职后 1-3 年职业发展路径规划，明确晋升成长方向 3. 职场适应与角色转换方法，应对职场不确定性挑战 4. 就业权益全流程保护：劳动合同、薪资福利、求职陷阱防范
8	赛事实战与期末考试	就业赛道全套求职材料终稿打磨
教学要求： 1. 课程思政：以价值引领为核心，将职业选择与家国情怀深度融合，通过“大国工匠”“基层奋斗者”等案例，阐释敬业奉献、服务社会的职业精神。结合专业特点，对接“制造强国”“乡村振兴”等国家战略，引导学生将职业目标融入区域产业升级需求；在规划中凸显诚信为本、服务社会的价值导向，助力学生树立“德技并修、产教融合”的职业观。在简历制作、面试辅导中融入诚信教育，强调求职伦理；设置“国家重点领域就业”专题，解读乡村振兴、科技创新等战略需求，引导学生树立“把个人理想融入国家发展”的择业观，在职业规划中厚植担当意识。 2. 方法手段：采用行动导向和实践活动教学法，依托在线开放课程和校本教材等资源实施线上线下融合为教学。将学生作为课程学习的主体，教师是组织者、引导者、促进者、检查者，通过引导学生主动参与、亲身实践、独立思考、合作探究，使学生能顺利掌握课程内容。 3. 考核评价：本课程为考查科目，考核内容分为课堂教学考核和行动实践考核两大部分。课堂教学考核成绩为总成绩的 70%，包括课堂出勤、课堂实训、作业完成等；行动实践考核成绩为总成绩的 30%，包括各就业行动的完成情况和效果。		

(19) 创业教育（上、下）

开设学期	1、2	参考学时	32	学分	2
课程目标： 素质目标：强化创新意识：突破思维定式，运用创新方法解决实际问题；提升心理素质：在资源受限时保持韧性，以乐观心态应对挫折；树立社会责任感：恪守诚信公平的商业伦理，在创造价值中实现社会担当。 知识目标：理解创业内涵：创业是价值创造过程，涵盖生存型、机会型、创新型等多元类型；熟悉基本流程：掌握创意萌发、机会评估、资源获取至企业开办的创业完整周期；知晓法律红线：明晰知识产权、合同法、劳动法及税务合规等基本规范；了解政策环境：熟知湖南省及高校“七个一”行动等扶持政策，为创业实践奠定基础。 能力目标：信息获取与工具应用能力：能够借助互联网及 AI 工具开展信息收集与分析；机会识别与表达能力：能从日常专业痛点提炼创意并清晰陈述；商业策划能力：能运用商业模式方法梳理项目逻辑，撰写规范计划书；团队协作与执行能力：能在团队中担当角色，实现有效沟通与任务协作。					
主要支撑培养规格： S1-S7 N1-N4					

主要内容:普适版含创业认知、环境分析等 5 模块，普及创业常识、培养岗位创新与风险规避能力；引领版设洞察共情等 4 模块，聚焦数智双元能力，培育人机共生的数智化创业领军人才，AI 工具贯穿教学全程。

创业教育普适版		
序号	教学单元	教学内容
1	创业认知与生涯发展	创业内涵、湖南省“三高四新”战略和创新创业政策、创业风险规避指南
2	环境分析与机会发现	内外部环境分析、产业发展分析、客户需求分析、AI 辅助机会识别
3	产品设计与商业模式	创新思维工具、精益创业方法、核心产品设计、商业模式设计
4	团队协作与资源整合	创业团队组建、人力资源管理、创业资源获取、整合营销推广
5	项目呈现与路演实战	创业大赛解析（国创赛/金种子）、商业计划书撰写、创业路演实战
创业教育引领版		
1	洞察与共情——发现非共识机会	洞察层面借生成式 AI 扫描全网数据、生成分析报告并探寻异常点；共情层面跳出算法，结合深度访谈与 AI 分析构建用户画像；同时辨析真伪需求，深挖用户深层需要。
2	数字合伙人与极速行动——构建最小可行性产品	构建数字合伙人，明确 AI 团队角色、搭建人机协作流程；借 AI 生成产品原型与演示，通过“烟雾弹测试”结合 AI 完成 MVP 测试，获取真实反馈数据。
3	价值叙事与资源磁场——设计创业愿景	人文之韵借 AI 升维项目愿景，叙事重构以“英雄之旅”设计商业计划书、AI 润色路演稿塑个人演讲风格，资源链接用数字化工具对接资源、搭建项目人脉网络。
4	认知进化与伦理觉知	认知进化：掌握复盘策略，运用人工智能深度分析用户反馈，制定精准转型或迭代策略。伦理觉知：深度研讨科技向善案例；开展关于算法伦理的人机辩论。路演答辩：策划新产品发布会。

教学要求：

1. 课程思政：紧扣湖湘特色与数智化要求，厚植“敢为人先”的湖湘创新精神，铸牢科技向善伦理底线，培育求真务实的实干素养，涵养服务“三高四新”的家国情怀，塑造诚信合规的商业品格，实现价值引领与创新能力培养相融合。

2. 方法手段：融合案例、项目式、翻转课堂等方法，运用全景沉浸式、AI 辅助教学法，普适版重基础 AI 工具实操，引领版采用苏格拉底式 AI 探究、红蓝对抗法，结合线上线下混合式、校企协同教学组织形式。

3. 考核评价：本课程为考查科目，采用过程与结果结合的多元评价，普适版 60%过程评价+ 40%结果评价，对接赛事标准；引领版侧重人机协作与实战，设去数字化答辩。均引入自评互评、校外评价，设增值评价鼓励真实创业实践。

（20）第二课堂

开设学期	1-6	参考学时	\	学分	6
课程目标：					
素质目标：强化理想信念教育，践行社会主义核心价值观，树立健康成长的正确观念；开阔视野，丰富知识，实现个性发展和思想道德素质提升；产生浓厚学习兴趣和竞争意识、具备创新精神，树立“理论联系实际”的观念，热爱劳动，养成良好的劳动习惯。					
知识目标：说出第二课堂活动名称，能解析第二课堂活动参与要求；将专业知识付诸于各类社会实践。					
能力目标：能根据各类活动要求参加第二课堂活动；能通过参与活动树立理想信念、提高活动策划、问题解决、创业能力，获得各类技能证书。					
主要支撑培养规格：					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	思想成长类	主要记载学生参加思政理论研究类社团，参加党校、团校学习，参加校、院团学干部培训班等专题培训，参加思想政治类专题讲座等活动的经历。			
2	实践实习类	主要包括假期社会实践活动、专项社会实践活动及其它实践实习活动。			
3	志愿公益类	主要包括支救助残、社区服务、公益环保、赛会服务、献血、义务劳动等各类志愿公益活动。			
4	创新创业类	主要包括国家级、省级、校级、院级及行业协会组织的各级各类学术科技、创新创业竞赛活动等			
5	文体活动类	主要包括国家级、省级、校级、院级组织的各级各类文化、艺术、体育、人文素养等活动。			
6	工作履历类	主要包括参加校级、院级团委和学生组织（学生会、青年志愿者协会、登记注册的社团、广播站）担任学生干部以及开展勤工助学活动等。			
7	技能特长类	主要包括在校期间通过统一组织专业技能考试或自己学习深造而获得的各类专业证书。			
教学要求：					
1. 课程思政：通过教学，实施分层思政渗透。深化理想信念教育与新时代三农情怀，筑牢投身乡村振兴战略的价值认同；在项目式学习中培育科学家精神与企业家精神，践行“把论文写在大地上”的实践观；通过一系列特色活动，塑造“勤学善思”的学习品格、“合作共赢”的协作素养、“精益求精”的职业态度。最终形成服务区域发展的有社会责任感、直面产业变革的使命担当力的新时代青年。					
2. 方法手段：本课程实践性强，学生参加“第二课堂”期间的教育成果将汇集在“第二课堂成绩单”，客观记录、认证学生参与素质教育活动的经历和成果，并作为学校人才培养评估、学生综合素质评价、社会单位选人用人的重要依据，服务于学生的成长成人成才。					
3. 考核评价：课程评价采用积分累计方式，一学年必须完成 25 个积分。其中，思想成长 30 积分，实践实习 10 积分，志愿公益 15 积分，技能特长积分 10 积分；创新创业 10 积分、文体活动 15 积分、工作履历 10 积分及其他项目共计 45 积分，合计 100 个积分。学生成绩由校团委在“第二课堂成绩单系统”分学期导出，毕业学期统一汇总。					

(21) 红色潇湘

开设学期	1	参考学时	32	学分	2
------	---	------	----	----	---

课程目标： 素质目标：坚定马克思主义信仰和中国特色社会主义信念，增强民族自尊心、自信心和自豪感；热爱湖南、热爱家乡，传承红色基因，弘扬湖湘精神。 知识目标：了解以毛泽东、刘少奇、彭德华等为代表的湘籍无产阶级革命家群体对中国革命和建设的伟大贡献，深刻领悟湖湘红色精神，学习榜样精神，传承榜样力量。 能力目标：掌握科学的历史观和方法论，从湖湘红色记忆中汲取力量，提高运用马克思主义立场、观点和方法面对现实问题，做出正确的价值判断和行为选择的能力。		
主要支撑培养规格：S1 S2 Z1 N1 N3		
主要内容： 以湖南党史为主线，介绍湖南共产党人领导的艰苦卓绝的革命斗争、著名红色人物、典型红色故事等。引导学生坚定理想信念，弘扬湖湘红色文化，传承湖湘红色基因。		
序号	教学单元	教学内容
1	课程序言	红色文化的内涵及其价值，课程开设背景、性质，课程学习内容与要求。
2	湘籍无产阶级革命家群体	湘籍无产阶级革命家群体的形成过程、标志及其原因。
3	湘籍无产阶级革命家典型人物	领袖毛泽东的魅力、妇女运动先驱向警予、开国元帅彭德怀、“听风英雄”李白、“国歌之父”田汉等。
教学要求： 1. 方法手段：以教师线下课堂讲授为主，结合实践教学和线上自主学习，通过讨论研究、实践展示、多媒体音频和视频等教学方式，提高教学的时效性。 2. 考核评价：课程考核结合线上与线下，包括理论考核和实践成果汇报展示考核，采用过程性评价与终结性考核相结合的考评模式，其中过程性评价占比总成绩的 60%，终结性考核占比总成绩的 40%。		

(22) 中国共产党历史

开设学期	1	参考学时	16	学分	1
课程目标： 素质目标：系统的教育青年学生“学史明理”；把奋斗历程和伟大成就贯穿思政课的教学过程，以丰富的“营养剂”滋养青年学生“学史增信”；用光荣传统和优良作风彰显思政课的价值导向，以榜样的力量引导青年学生“学史崇德”；将立德树人和铸魂育人作为思政课的评价标准，以时代的召唤带动青年学生“学史力行”。 知识目标：深刻理解中国共产党诞生的历史必然性及对近代中国的重要意义，深刻理解中国共产党的初心和使命。了解中国共产党的发展历程，把握党在不同历史时期的重大贡献，了解党在历史上的重要会议、重要人物、重大事件，建构系统的党史知识体系，为提升学科素养夯实必要的知识和理论基础。 能力目标：具备一定的解读史料和经典著作的能力，学会用历史和逻辑的方法分析中国共产党在领导中国人民进行革命和建设发挥的重要作用。提高分析和解决问题的能力。					

力，具备抵制和反对历史虚无主义及其他错误社会思潮的能力。		
主要支撑培养规格：S1 S2 Z1 N1 N3		
主要内容：		
序号	教学单元	教学内容
1	中国共产党的建立和第一次国共合作	开天辟地撑起救国大业 北伐战争掀起革命高潮
2	土地革命战争的烽火	井冈星火开辟革命新路 长征是永恒的英雄史诗
3	领导全民抗战和解放战争	全民抗战中的中流砥柱 打倒蒋介石解放全中国
4	讨论实践	中国共产党为什么能？
教学要求： 1. 方法手段：以教师课堂讲授为主，自主学习为辅，通过讨论研究、多媒体音频和视频等教学方式和手段，提高教学的时效性。 2. 考核评价：课程考核为过程考核+理论考试。任课教师应具有扎实的党史知识储备和基本的思想政治理论课教学能力。		

(23) 新中国史

开设学期	1	参考学时	16	学分	1
课程目标： 素质目标：培养学生民族自豪感、自尊心和自信心；拥护党的领导和新时代中国特色社会主义思想的自觉性；具备认识社会、关心社会，积极投身社会实践的意识，激发学习兴趣，学会做人、学会协作，立志成为中国特色社会主义事业的建设者和接班人。 知识目标：全面掌握新中国的政治、经济、文化、社会和民族等领域的历史发展；深刻理解取得这些历史成就是中国共产党领导中国人民不断接续奋斗的结果。了解我国历史上的重要会议、重要人物、重大事件，深刻理解新中国在改革开放以来尤其是进入新时代中国特色社会主义建设的各项方针政策。 能力目标：具备一定的解读史料和经典著作的能力，学会用历史和逻辑的方法分析中国发展各个阶段的问题。提高分析和解决问题的能力，具备抵制和反对历史虚无主义及其他错误社会思潮的能力。					
主要支撑培养规格：S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容：					

序号	教学单元	教学内容
1	社会主义革命和建设时期	中华人民共和国的诞生 建立社会主义制度 探索中国自己的社会主义道路
2	改革开放和社会主义现代化建设新时期	开辟人民共和国历史新时期 开创社会主义现代化建设新局面 确立社会主义初级阶段基本路线 改革开放和社会主义现代化建设新阶段 把改革开放和社会主义现代化建设全面推向新世纪 全面建设小康社会新阶段
教学要求： 1. 方法手段：以教师课堂讲授为主，自主学习为辅，通过讨论研究、多媒体音频和视频等教学方式和手段，提高教学的时效性。 2. 考核评价：课程考核为过程考核+理论考试。任课教师应具有扎实理论基础。		

(24) 改革开放史

开设学期	1	参考学时	16	学分	1
课程目标： 素质目标：培养学生民族自豪感、自尊心和自信心；拥护党的领导和新时代全面深化改革政策的自觉性；具备认识社会、关心社会，积极投身社会实践的意识，激发学习兴趣，学会做人、学会协作，立志成为新时代中国特色社会主义改革事业的建设者和接班人。 知识目标：全面掌握改革开放以来政治、经济、文化和社会等领域的历史发展；深刻理解取得这些历史成就是中国共产党领导中国人民不断接续奋斗和创新发展的结果。了解我国改革开放的重要会议、重要人物和重大事件，深刻理解新中国在改革开放以来尤其是进入新时代中国特色社会主义建设的各项方针政策。建构系统的知识体系，为提升学科素养夯实必要的知识和理论基础。 能力目标：具备一定的解读史料和经典著作的能力，学会用历史和逻辑的方法分析中国改革开放各个阶段的问题。提高分析和解决问题的能力，具备抵制和反对历史虚无主义及其他错误社会思潮的能力。					
主要支撑培养规格：S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容：					
序号	教学单元		教学内容		
1	改革开放大幕全面开启		解放思想成为改革开放先导 十一届三中全会与党的工作中心转移 调整经济政策与农村改革取得突破 推动对外开放和创办经济特区 建设有中国特色的社会主义与小康目标 加强社会主义民主法制与精神文明建设		
2	改革开放在科学发展中深化		确定经济体制改革目标与基本框架 形成对外开放新态势		

		推进党的建设新的伟大工程 推进全面建设小康社会 实现经济又好又快发展 建设社会主义和谐社会
3	改革开放进入新时代	擘画新时代“两个一百年”奋斗目标 乘势而上开启全面建设社会主义现代化国家新征程 以供给侧结构性改革为主线推进经济高质量发展 推动中国特色社会主义政治建设深入发展 创造性繁荣社会主义文化 开创生态文明建设新局面 以改革创新精神全面推进党的建设新的伟大工程
教学要求： 1. 方法手段：以教师课堂讲授为主，自主学习为辅，通过讨论研究、多媒体音频和视频等教学方式和手段，提高教学的时效性。 2. 考核评价：课程考核为过程考核+理论考试。任课教师应具有扎实的知识储备和基本的思想政治理论课教学能力。		

(25) 社会主义发展史

开设学期	1	参考学时	16	学分	1
课程目标： 素质目标： 培养学生对社会主义制度的自信心；认识社会主义发展历史和中国特色社会主义制度的自觉性；具备认识社会、关心社会，积极投身社会实践的意识，激发学习兴趣，学会做人、学会协作，立志成为新时代中国特色社会主义改革事业的建设者和接班人。 知识目标： 全面掌握改社会主义思想、运动和制度的产生、演变和发展的历史进程及其规律；深刻理解苏联社会主义的兴衰启示和中国特色社会主义制度的创新和发展。了解社会主义每个发展时期的特点、事件和成就，深刻理解为什么中国引领世界社会主义在21世纪焕发了新气象。建构系统的知识体系，为提升学科素养夯实必要的知识和理论基础。 能力目标： 具备一定的解读史料和经典著作的能力，学会用历史和逻辑的方法分析世界社会主义发展各个阶段的问题。提高分析和解决问题的能力，具备抵制和反对历史虚无主义及其他错误社会思潮的能力。					
主要支撑培养规格：S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	空想社会主义的产生和发展	人类自古就有对理想社会的向往 资本主义生产方式形成与空想社会主义产生			

		空想社会主义的基本主张和历史地位
2	科学社会主义的创立及实践	马克思恩格斯早期理论和实践活动 科学社会主义的创立和完善 科学社会主义成为工人运动的主导思想
3	社会主义从一国到多国发展与苏联模式	立 俄国十月革命与第一个社会主义国家建立 苏联的社会主义建设与工业化 苏联模式的形成及其特征 苏联社会主义建设成就、经验与教训
4	中国特色社会主义开辟社会主义新纪元	义 开创中国特色社会主义新道路 把中国特色社会主义全面推向 21 世纪 在新形势下坚持和发展中国特色社会主义 奋力谱写社会主义现代化新征程的壮丽篇章
教学要求： 1. 方法手段：以教师课堂讲授为主，自主学习为辅，通过讨论研究、多媒体音频和视频等教学方式和手段，提高教学的时效性。 2. 考核评价：课程考核为过程考核+理论考试。任课教师应具有扎实的知识储备和基本的思想政治理论课教学能力。		

(26) 马克思主义基本原理

开设学期	1	参考学时	16	学分	1
课程目标： 素质目标：具备理论联系实际的马克思主义学风，端正认识，健全人格，提高自身素质；树立科学的理想信念，自觉为实现中华民族伟大复兴的中国梦奉献青春、智慧和力量。 知识目标：掌握马克思主义世界观和方法论，从整体上把握马克思主义，正确认识人类社会发展的基本规律，养成科学的思维方式。 能力目标：能够正确分析问题，拥有哲学思辨能力和服务社会的能力，能够运用马克思主义哲学思想解决实际问题。					
主要支撑培养规格：S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容：					
序号	教学单元		教学内容		
1	马克思主义观		马克思主义的创立与发展 努力学好用好马克思主义		
2	辩证唯物主义世界观和认识论		马克思主义唯物论和唯物辩证法 实践是认识的基础 认识世界是为了改造世界		

3	资本主义论	马克思劳动价值论及其当代价值 垄断资本主义的形成及发展 资本主义与经济全球化
4	社会主义论	社会主义五百年的历史进程 认识和把握科学社会主义基本原则 在实践中探索社会主义的发展规律
5	共产主义论	共产主义社会的基本特征 实现共产主义的历史必然性与长期性 坚定共产主义理想信念
教学要求： 1. 方法手段：课程通过系统讲授、课堂讨论、案例分析等教学方法，将抽象理论形象化，静态知识生动化。 2. 考核评价：课程考核为笔试；主要教学场所为多媒体教室；任课教师应具有扎实理论基础。		

(27) 中华优秀传统文化

开设学期	1 或 2	参考学时	32	学分	2
课程目标： 素质目标：在对中华优秀传统文化的精神实质的基本了解基础上，提升人格修养和审美情趣，增进社会关爱，培育家国情怀，增强对中华文化的自信心和自豪感。 知识目标：通过对中华优秀传统文化的学习，形成对中华优秀传统文化的基本认知，增进对传统文化要素和思维模式的理解，形成文化记忆。 能力目标：在文化记忆的基础上，通过对中华优秀传统文化的学习，获得对其承载内容或意蕴的解释、评析、鉴赏、实践的综合能力，并将其融入生活实践之中。					
主要支撑培养规格：S1 S2 Z4 N1 N2 N3					
主要内容： 每学期制定授课计划时，教研室根据授课专业和学生实际情况在以下内容中选取					
序号	教学单元	教学内容			
1	绪论	中华优秀传统文化概述			
2	中国传统哲学	老子、庄子、孔子、孟子、墨子与韩非子、佛家思想			
3	中国传统文学	神话、诗、词、戏剧、散文、小说			
4	中国传统艺术	书法、绘画、建筑、乐舞			
5	中国传统生活	食文化、茶文化、酒文化、节日文化			

教学要求：

1. 课程思政：根据学科特点，合理设计教学活动，引导学生拓宽国际视野、坚定文化自信，形成正确的世界观、人生观、价值观，培养学生的爱国主义情怀和民族自豪感。

2. 方法手段：将语言建构与运用、思维发展与提升、审美鉴赏与创造、文化传承与理解四项课程核心素养贯穿于教学活动的全过程，并通过设计文化交流教学活动，加强学生语言实践应用能力的培养，让学生体验传统文化的魅力。

3. 考核评价：采用教师评价与学生评价相结合、过程性考核与结果性考核相结合的方式。过程性考核包括听课笔记、平时作业、课堂表现、学生自评，过程性考核的成绩占学期总成绩的 60%；结果性考核占学期总成绩的 40%。

(28) 湘商文化

开设学期	1 或 2	参考学时	16	学分	1
课程目标： 素质目标： 在对湘商文化的精神实质的基本了解基础上，提升人格修养和文化自信，培育家国情怀和职业操守。自觉带动湘商文化的传承与发展。 知识目标： 掌握湖湘文化和湘商文化内涵；了解湖湘文化浸润与湘商文化发展；熟悉湖南商业历史遗迹；感知湘商成就与创业经验；了解商帮、商会的历史与现状。 能力目标： 理解并运用湘商精神分析、指导商业行为的能力；吸取湘商精英成功经验，指导学习、生活和工作的能力；语言表达能力；思辨能力。					
主要支撑培养规格：S1 S2 Z4 N1 N2 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	湘商源流	第一讲：湘商源流（上） 第二讲：湘商源流（下）			
2	湘商精神	第三讲：湘商精神（上） 第四讲：湘商精神（下）			
3	湘商风物与湘商精英	第五讲：湘商风物（上） 第六讲：湘商风物（下） 第七讲：湘商精英 第八讲：商帮与商会			
教学要求： 1. 课程思政：从璀璨的湖湘文化中汲取养分，从漫长的湘商历史中找寻渊源，引导学生坚定文化自信，形成正确的世界观、人生观、价值观，培养学生的爱国主义情怀和民族自豪感。 2. 方法手段：通过线上线下混合式教学。课上通过信息化教学资源优化教学过程，课后通过学习通平台推送视频及相关资源，引领学生感受湘商校园文化，拓展迁移环节拓展学习时空，达成有效教学，加深学生对湘商文化内涵的理解，以文化人，提升商科学生的综合素质。 3. 考核评价：本课程考核采用教师评价与学生评价相结合、过程性考核与结果性考核相结合的方式。过程性考核占学期总成绩的 60%，包括平时作业、课堂活动、听课笔记、到课情况、学生互评等；结果性考核占学期总成绩的 40%，采用试卷考查方式，其中理论知识占 80%，拓展知识占 20%，由任课教师使用学习通试题库组卷。					

(29) 大学语文

开设学期	1	参考学时	32	学分	2
课程目标： 素质目标：通过引导学生感受、领悟语言文字的巨大魅力，激发学生的想象力与创造力，倡导学生的独立精神与合作意识，培育和滋养其健全的人格与社会社会责任感。 知识目标：掌握语言文字，了解文史知识，将语言能力、文史知识、文化文明常识等内容贯穿于名篇名著的理解和赏析之中。 能力目标：正确理解与运用祖国语言文字的能力。进一步获得直觉思维、形象思维、逻辑思维和创新思维等能力。培养审美发现与鉴赏能力。提升文化传承和创新能力。 主要支撑培养规格：S1 S2 Z4 N1 N2 N3					
主要内容： 每学期制定授课计划时，教研室根据授课专业和学生实际情况在以下内容中选取					
序号	教学单元	教学内容			
1	绪论	大学语文的性质与内容、学习大学语文的意义			
2	诗词	（1）唤醒诗心，重拾妙音——《诗经》选读；（2）悬崖上的独吟曲——《楚辞》选读；（3）田园诗派的鼻祖——陶渊明；（4）大唐盛世的铮铮傲骨——李白；（5）时代的弃儿，历史的宠儿——杜甫；（6）不合时宜的文坛全才——苏轼；（7）深闺才女的悲喜人生——李清照；（8）天上痴情种，人间富贵花——纳兰性德； （9）最浪漫的诗人——徐志摩；（10）太阳之子——海子			
3	散文	（1）史家之绝唱，无韵之离骚——《史记》选读；（2）山水的知己——柳宗元；（3）那一抹最美的乡愁——听听那冷雨			
4	小说	（1）魏晋轶事小说的集大成之作——世说新语；（2）封建末世的贫穷贵公子——曹雪芹；（3）白话小说之父——鲁迅；（4）一个温润如玉的文人——沈从文；（5）创作小说的一流学者——钱钟书；（6）苍凉的手势——张爱玲			
5	戏剧	（1）英国戏剧之父——莎士比亚；（2）中国的戏剧之王——曹禺			
教学要求： 1. 课程思政：根据学科特点，合理设计教学活动，引导学生热爱祖国、坚定文化自信，形成正确的世界观、人生观、价值观，培养学生的爱国主义情怀和民族自豪感。 2. 方法手段：将语言建构与运用、思维发展与提升、审美鉴赏与创造、文化传承与理解四项课程核心素养贯穿于教学活动的全过程，并通过设计文化交流教学活动，加强学生语言实践应用能力的培养，让学生体验传统文化的魅力。 3. 考核评价：采用教师评价与学生评价相结合、过程性考核与结果性考核相结合的方式。过程性考核包括课堂出勤、课堂纪律、课堂发言、原典背诵、读书笔记、课后作业、小论文或学习汇报 PPT 等，过程性考核的成绩占学期总成绩的 60%；结果性考核占学期总成绩的 40%。					

(30) 应用文写作

开设学期	1	参考学时	32	学分	2
课程目标： 素质目标：提升高职学生服务区域经济发展的责任意识，强化诚信守法、公平公正的职业理念和务实作风，弘扬爱岗敬业的劳动价值观，培养家国情怀与行业使命感。 知识目标：通过学习掌握“必需”的应用文写作的基本理论和基础知识，使学生具备能熟练主题明确、材料准确翔实、结构完整恰当、表达通顺合理的各类常用应用文书。 能力目标：通过常见应用文的案例分析和写作训练，培养学生处理职业生涯及日常生活应用文的写作能力，让学生具备未来职业生涯的可持续发展能力。					
主要支撑培养规格：S1 S2 Z4 N1 N2 N3					
主要内容：					
序号	教学单元		教学内容		
1	认识应用文写作		应用文写作概述		
2	事务文书写作		条据文书、计划、总结、竞聘词、求职信、倡议书、演讲词、感谢信慰问信介绍信证明信、消息、经济合同的写作		
3	公务文书写作		党政机关公文概述、请示、函、会议通知、通报的写作		
教学要求：描述教学方法、手段与专业结合、融合课程思政等要求，与“实施保障”前后呼应，关联度强。 1. 课程思政：有意识地引导学生关注社会时政、发现应用文写作的价值，提高对语言文字的敏感度；通过具体的写作任务使学生学会在应用文写作中坚持正确的政治态度和对国家、社会的情感态度，培养学生的家国情怀和正确的社会责任感，把握好应用文写作的主题。 2. 方法手段：采过任务导向、案例分析和写作训练培养学生处理职业生涯及日常生活应用文的写作能力，激发学生的自主学习能力，让学生具备未来职业生涯的可持续发展能力。 3. 考核评价：采用教师评价与学生评价相结合、过程性考核与结果性考核相结合的方式，全面、客观地评价学生的学业状况。过程性考核包括出勤、平时作业、课堂表现等，过程性考核的成绩占学期总成绩的 50%；结果性考核占学期总成绩的 50%。					

(31) 经济数学

开设学期	1	参考学时	32	学分	2
------	---	------	----	----	---

课程目标： 素质目标：具有乐观积极的态度、具有社会责任感、具有学习品格、合作意识、数学表达、创新思维等核心素养，形成实事求是的工作作风。 知识目标：掌握函数极限的定义和极限的运算法则，理解函数连续的定义；掌握一元函数微分学的基本概念、基本理论、基本运算和典型应用。 能力目标：具有一定的运算能力、逻辑推理能力、抽象概括能力、综合运用所学知识分析和解决问题的能力、运用工具的能力和自学能力。		
主要支撑培养规格：S1 S2 S3 S4 S5 N1 N3		
主要内容：		
序号	教学单元	教学内容
1	函数、极限与连续	代数基础知识、函数的概念与性质、经济函数模型的建立、极限的概念、无穷小与无穷大、极限的运算法则、两个重要极限、函数的连续性
2	一元函数微分学	导数的概念、导数的运算、函数的微分及微分在近似计算中的应用、洛必达法则、函数的单调性与极值、利用导数求最值、曲线的凹凸性与拐点、导数在经济分析中的应用
教学要求： 1. 课程思政：树立坚定的理想信念、培养深厚的爱国情感和中华民族自豪感；培养爱岗敬业的职业精神和团队合作精神；培养数字化意识与认真严谨的数学思维。 2. 方法手段：线上线下混合式教学法、任务驱动教学法、情境教学法、示范教学法、启发式教学法、探究式教学法、翻转课堂、合作学习法等。 3. 考核评价：采用过程性评价与理论性考核评价相结合（各占 50%）的方式。过程性评价考核学生在课程学习过程中核心素养及各方面能力的提升情况。理论性考核评价应基于课程内容，考察学生对学习内容的理解与掌握以及运用数学思维解决问题的能力。		

（32）高等数学

开设学期	1	参考学时	64	学分	4
课程目标： 素质目标：强化数学在信息技术领域的应用意识，树立严谨、实事求是的科学态度及精益求精的职业精神。让学生的数学表达、协作沟通、创新思维等核心素养有一定发展。 知识目标：理解极限、导数、积分等核心概念，掌握求极限、导数、积分及微分方程的基本方法。熟悉导数与积分的应用，了解其在曲线拟合、算法复杂度分析等的应用。 能力目标：具有一定的计算与建模、抽象概括、综合运用所学知识分析和解决问题的能力，提升自学能力和知识迁移能力。					

主要支撑培养规格：S1 S2 S3 S4 S5 S8 Z1 N1 N3		
主要内容：		
序号	教学单元	教学内容
1	微积分的研究对象及工具 (函数、极限与连续)	函数的概念与性质、初等函数、极限的概念、无穷小与无穷大、极限的运算法则、两个重要极限、函数的连续性
2	一元函数微分学	导数的概念、求导法则、微分及其应用、洛必达法则、函数的单调性与极值、函数的最值及应用、函数图形的描绘
3	一元函数积分学	不定积分的概念及性质、不定积分的换元积分法、不定积分的分部积分法、定积分的概念及性质、微积分基本公式、定积分的积分法、定积分的应用
4	微分方程	微分方程的基本概念、可分离变量的微分方程、一阶线性微分方程、二阶常系数线性微分方程
教学要求： 1. 课程思政：通过数学史案例（如刘徽割圆术）与专业场景（如算法伦理）融入，强化工匠精神与职业责任感。结合动态课件展示辩证思维，挖掘微积分发展中的文化自信，引导学生将数学能力与社会责任结合，培养家国情怀与创新意识。 2. 方法手段：线上线下混合式教学法、任务驱动教学法、情境教学法、示范教学法、启发式教学法、探究式教学法、翻转课堂、合作学习法等。 3. 考核评价：采用过程考核+终结性考核（各占 50%）的方式。过程考核强化动态反馈，关注学生在课程学习过程中核心素养及各方面能力的提升情况。终结性考核基于课程内容，考察学生对学习内容的理解与掌握以及运用数学思维解决问题的能力。		

(33) 美育

开设学期	1	参考学时	16	学分	1
课程目标： 素质目标：通过感悟艺术美育的价值，寓思想品德教育于美育之中使学生树立较高文化审美意识，建立完整的文化思想体系和自觉传承优秀传统文化等核心素养。 知识目标：掌握美的本质内涵，了解美学研究的基本脉络和美育的基本特征。较为全面的掌握各个艺术门类的渊源发展和主要审美特征。 能力目标：能够运用美的观念和基本方法，感知生活美学、鉴赏艺术经典，探寻职业之美。					
主要支撑培养规格：S1 S2 S4 S5 S7 Z5 N1					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			

1	美育基础概论（导论模块）	美育内涵解析、审美能力培养路径、艺术评价标准体系、数字时代的审美变迁
2	音乐艺术解码	音乐语言密码、中西音乐史精要、乐器家族图谱、跨界音乐鉴赏
3	身体叙事与舞蹈美学	舞蹈语言学、世界舞蹈地图、舞蹈影像分析
4	曲艺文化基因库	曲艺形态学、方言艺术密码、非遗传承创新、脱口秀文化对比
5	设计思维工坊	设计进化论、材料叙事实验、国潮设计解码、智能设计前沿
6	视觉艺术密码	绘画语法系统、艺术流派盲盒、城市视觉考古、影像叙事实验
7	书法时空剧场	书体基因工程、笔墨元宇宙、现代书写革命、书法治疗学
8	综合审美实践（跨学科模块）	艺术策展模拟、文创产品开发、数字艺术创作、审美批判训练
教学要求： 1. 课程思政：将立德树人贯穿课程始终，坚持以美育人。普及和传播艺术美育丰富的内涵、探究艺术的渊源与发展、讲述各个艺术门类的典型美学特征，总结提炼中华美学精神，全方位多角度揭示中国传统艺术与世界经典艺术，以纲要的形式展示美育的底蕴。 2. 方法手段：线上线下混合式教学法、任务驱动教学法、情境教学法、示范教学法、启发式教学法、探究式教学法、翻转课堂、合作学习法等。 3. 考核评价：采用过程考核+终结性考核（各占 50%）的方式。过程考核强化动态反馈，关注学生在课程学习过程中核心素养及各方面能力的提升情况。终结性考核基于课程内容，考察学生对学习内容的理解与掌握以及运用美学素养解决问题的能力。		

（34）口才与沟通

开设学期	1 或 2	参考学时	32	学分	2
课程目标： 素质目标：培养学生心理、思维、语言等综合素质，在生活、工作中能尊重他人，乐于并善于与人相处、与人沟通、与人合作。 知识目标：理解和掌握口头沟通的特点与技巧、演讲的概念和基本技巧、不同职业场合的口头沟通要求和基本原则技巧。 能力目标：提高学生对语言文字情感美的感受能力和通过声音表达情感的情感表达能力；提高学生逻辑思维能力和批判性思维能力；命题演讲不怯场，即兴演讲有话说，辩论演讲有深度、有力度、有条理；具备较好的日常沟通、商务沟通交流能力。					
主要支撑培养规格：S1 S2 S5 S7 N1 N2 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	概述	培养正确的沟通意识，掌握人际沟通的概念、种类、模式、原则以及过程；口才概念、标准、特点、作用，口头沟通主客体要素等			

2	口才与沟通基础训练	普通话声母、韵母、声调发音规律和音变；诵读情景交融的步骤和技巧；沟通中体态姿势、手势、眼神、表情、服饰要求；有效倾听的技巧、倾听的训练方法。
3	演讲口才训练	演讲稿写作、修改、命题演讲演练；即席演讲的概念、常用组织结构和技巧；辩论赛的流程；辩论基本方法及技巧；心理素质优化技巧；思维能力优化技巧。
4	人际沟通	沟通与人际关系；口头沟通的原则和基本要求；口头沟通技巧（称呼语、介绍语、赞美语、拒绝语等）；书面沟通和非语言沟通方法与技巧。
5	职场沟通	面试常见问题、面试中提问、答问技巧；推销沟通步骤和技巧；导游沟通中带团服务、景点讲解、服务沟通技巧；管理沟通中上下级沟通、团队沟通方法和技巧。
教学要求： 1. 课程思政：通过设计主题演讲、职场沟通等语言实践任务，在口才沟通训练中融入社会主义核心价值观培育。引导学生树立正确的人生观与价值观，厚植家国情怀与中华文化认同，重点塑造三要素：责任使命担当的职业品格、诚实守信团结互助的道德修养、以人为本文明对话的人文素养，实现知识传授与价值引领的有机统一。 2. 方法手段：创新课堂教学形式，改革教学方法，根据高职学生和课程特点以多种形式推进教学方式方法改革，提升教学实效。结合学生学习实际和企业发展的需要，课程教学中要不断探索适合当前发展形势的教学方法，多使用先进有用的教学手段。教学中针对课程特点，减少灌输模式，采取启发式教学，采用项目化教学法，结合省级精品在线开放课程采取线上线下相结合的教学模式，融入课程思政教育。 3. 考核评价：采用多元性的评价，结合过程考核（学习出勤、课堂提问、课程作业、学生作品）和结果考核（线上考核和线下考核两个部分），对学生进行综合评价。以过程性考核为主，注重考核学生的实践能力，考试成绩由平时实训表现（60%）和考试成绩（40%）两部分构成。		

（35）商务礼仪

开设学期	1 或 2	参考学时	32	学分	2
课程目标： 素质目标：通过学礼、知礼、守礼、讲礼，内强素质，外塑形象，增进交往，进而使自己成为受欢迎的人。 知识目标：了解商务礼仪在商务活动和社会交往中的重要性，熟悉商务礼仪的基本知识和各种商务礼仪规范、礼仪技巧和操作方法，掌握涉外通则和部分国家的禁忌。 能力目标：具有判断商务场合下各种行为是否规范的能力；具有将自己打造成为一个良好的商务人员形象的能力；具有正确运用涉外礼仪进行涉外交往活动的的能力。					
主要支撑培养规格：S1 S2 S5 S7 N1 N2 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	商务礼仪概说	礼仪的概念、起源及原则等			

2	商务人员形象礼仪	商务活动中仪容、仪态、服饰及言谈礼仪的规范要求
3	商务人员日常交际礼仪	见面礼仪、餐饮礼仪、接访礼仪、电话礼仪和馈赠礼仪的规范要求
4	涉外礼仪	涉外通则及部分国家礼仪禁忌
教学要求： 1. 课程思政：通过涉外商务谈判、跨文化交际情景模拟等实践任务，在礼仪操演中实现三重育人目标：培育职业规范意识传承礼敬美德，筑牢文明互鉴根基。引导学生成为中华传统礼仪文化的自觉传承者与新时代国际交往的中国形象代言人，实现个人修养提升。 2. 方法手段：本课程实践性强，基于《商务礼仪》在线开放课程平台丰富的学习任务清单、微课视频、优秀案例、测试题库、评价标准等数字资源，采用理论与实操结合、线上与线下混合的教学模式，按照企业实际的商务活动的工作任务、过程和情境组织课程教学，融入传统文化学习、工匠精神培育，通过启发引导、情境模拟、角色扮演、案例分析等教学方法，使学生掌握综合运用的技巧，迅速缩短与实际岗位的距离，从而使学生的职业能力在训练中得到不断强化与巩固提高。 3. 考核评价：考核实行过程性考核和终结性考核相结合的考核评价方式，过程性考核成绩占 70%，终结性考核成绩占 30%。借助超星学习通，有效实施包括在线任务点学习、章节测试、作业、讨论、课堂活动积分、出勤等学习全过程的考察，小组作品展示采用教师现场点评、学生线上匿名互评的方式，既能提高学生的课堂活动参与度，又便于学生了解现在的不足并看到明显的进步，从而提高了学习的积极主动性。		

(36) 人工智能应用基础

开设学期	2	参考学时	48	学分	3
课程目标： 素质目标：具备人工智能视野和批判性思维；具备科技自信、社会责任的人文素养；具备创新探索、求真务实的科学素养；具备精益求精、团队合作的职业素养。 知识目标：了解人工智能概念及人工智能伦理观念，了解人工智能核心技术及场景应用，掌握 AI 写作、绘画、视频创作等技能，掌握 AI 办公工具矩阵并运用 WPS 进行优化。 能力目标：具有组合运用 AI 技能分析和解决问题的能力；具备一定的创新与设计能力；具备洞察 AI 产业动态与未来发展方向，支持个人职业规划的能力。					
主要支撑培养规格：S1 S2 S3 S4 Z2 Z6 N1 N2 N3 N4					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	基础知识	人工智能的发展、主要技术、应用场景；提示工程与技巧；人工智能伦理。			

2	AI 在视觉领域的应用	AI 与图像生成；AI 与语音生成；AI 与视频生成；数字人生成；
3	AI 在办公场景的应用	AI 辅助生成文档并编辑；AI 辅助表格计算及数据可视化；AI 辅助生成演示文稿并优化。
4	综合实践	AI 辅助制作创意视频（文案、图片、音乐等） AI 辅助制作市场调研报告（文档、数据表、演示文稿）
5	考查	知识与应用相结合
教学要求： 1. 课程思政：注重润物无声的方式培养学生智能素养，厚植爱国主义情怀，增强科技自信与责任感，培养创新探索精神，提升学生综合素质。 2. 方法手段：依托超星学银在线教学平台，采用线上+线下混合式教学；理论与实践相结合，强调课程内容与专业实践，职场需求的对接；综合运用项目式教学、翻转课堂、开放式讨论等多种教学方法进行课程教学。 3. 考核评价：本课程为考查课程，采用过程性评价（50%）与结果性考核（50%）相结合的方式，突出考察应用能力与创新思维。		

（37）信息技术素养

开设学期	1 或 2	参考学时	48	学分	3
课程目标： 素质目标：引导学生自主探索，动手实操，能够举一反三，灵活运用所学知识寻找并解决学习和生活中遇到的各种问题，具备诚实守信、信息安全意识。 知识目标：了解计算机基础知识，掌握信息检索、WPS Office 办公软件的应用，了解新一代信息技术、信息素养与社会责任等。 能力目标：具有信息检索与获取能力、对信息的真实性、时效性进行合理评价的能力、熟练使用 WPS 办公软件的能力。					
主要支撑培养规格：S1 S3 S4 Z6 N1 N3 N4					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	探索信息时代——计算机基础	走进信息时代、认识信息系统、熟悉操作系统、了解操作系统的文件管理系统。			
2	快速获取信息——信息检索	了解信息检索、检索学的二十大精神学习资料、使用搜索引擎精确检索数据。			
3	打造精品文档——WPS 文字	制作“中国脊梁”、“中国人·飞天梦”学生信息档案表及二十大精神学习资料等文档。			

4	高效处理数据——WPS 表格	制作特色农产品销售情况表，处理表格数据，对表格数据进行整理及可视化操作。
5	提高说服力——WPS 演示文稿	制作反诈宣传演示文稿，对演示文稿进行美化与设计。
6	提高生产力——新一代信息技术	了解新一代信息技术相关概念，了解新一代信息技术的特点及应用。
7	提升素养——信息素养与社会责任	了解信息素养、了解信息技术的发展史及伦理要求
教学要求： 1. 课程思政：培养学生的家国情怀、社会责任与伦理教育、网络安全与法治教育、创新思维与实践能力和职业道德与工匠精神等。 2. 方法手段：依托超星学银在线教学平台采取“线上+线下”混合教学模式，利用机房的极域广播软件进行屏幕分享及操作演示，利用项目式学习、任务驱动和翻转课堂等教学方法，充分利用人工智能等信息技术与课程教学进行深度融合。 3. 考核评价：本课程采用过程性评价和期末考试相结合的方式，强化实践性教学环节的全过程管理，期末考试包括理论知识和动手实操两方面的内容。过程性考核(平时成绩)和期末考试成绩各占 50%。		

2 专业基础课程模块

(1) 市场营销

开设学期	1	参考学时	64	学分	4
课程目标： 素质目标：具有以需求为导向、创造客户价值的市场观；具有诚实、守信、遵法的营销职业道德；具有市场竞争、营销创新意识；具有爱国、敬业、进取、负责的工作态度。 知识目标：熟悉营销观念；掌握营销环境、消费者分析、竞争对手分析的方法、工具；理解目标市场营销战略；掌握产品、价格、渠道、促销等组合营销策略。 能力目标：具有市场环境分析能力；具有目标市场分析与选择能力；采取合适的产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略能力。					
主要支撑培养规格：S1、S2、S3、S8、Z8、Z9、N1、N3、N6、N11、N17					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	认识市场营销	市场营销概述与顾客价值，营销观念，营销组合，战略规划与营销管理			
2	营销环境分析	宏观环境分析，行业环境分析，竞争分析，消费者分析，内部条件分析，SWOT 分析			
3	寻找目标市场	市场细分，选择目标市场，市场定位			

4	制定产品策略	产品概述与新产品开发，产品组合策略，产品品牌与包装策略，产品生命周期策略
5	制定价格策略	影响定价的因素，定价目标，定价方法，价格策略
6	制定渠道策略	分销渠道概述，渠道系统与成员，渠道选择与管理
7	制定促销策略	促销组合，人员推销，广告，公共关系，营业推广策略
8	营销组织的建设与管理	营销组织设计，营销组织职能，管理营销团队
教学要求：描述教学方法、手段与专业结合、融合课程思政等要求，与“实施保障”前后呼应，关联度强。 1. 课程思政：在教学过程中，融入诚信、以仁待人，良性竞争、合作共赢相结合，质量为本与工匠精神，敬业、守法与创新等人格的塑造。 2. 方法手段：采取理论讲授、案例分析、比较分析、团队学习、任务导向、成果演示、线上线下融合等相结合的教学模式。 3. 考核评价：采取过程考核与结果考核相结合的考核方式。过程考核包括课堂参与、研讨与演示，线上资源学习，作业等，占 50%；结果考核为期末考试，占 50%。		

(2) 习近平经济思想概论

开设学期	1	参考学时	32	学分	2
课程目标： 素质目标：深刻体悟习近平经济思想对我国经济发展的重大指导意义与现实伟力，进一步增强“四个自信”；塑造正确的经济观、国情观、发展观；自觉将个人发展融入国家现代化建设，为全面建设社会主义现代化国家、实现中华民族伟大复兴贡献智慧与力量。； 知识目标：系统掌握习近平经济思想的基本概念、核心理论与实践应用；深刻领会习近平经济思想的精神实质、丰富内涵与实践要求。 能力目标：能运用习近平经济思想的立场、观点与方法，科学认识和分析经济发展进程中的现实问题与理论课题，提升对社会主义经济建设规律的理解能力和实践研判能力。					
主要支撑培养规格： S1 S2 Z1 N1 N3					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	导论	1. 习近平经济思想是习近平新时代中国特色社会主义思想的重要组成部分 2. 习近平经济思想是中国共产党不懈探索社会主义经济发展道路形成的宝贵思想结晶 3. 习近平经济思想为丰富发展马克思主义政治经济学作出重要原创性贡献 4. 习近平经济思想是推动我国经济高质量发展的科学指南 5. 习近平经济思想的鲜明特征 6. 学好用好习近平经济思想的重大意义			

2	第一章 以经济建设为中心 扎实推进中国式现代化	1. 中国式现代化是强国建设、民族复兴的唯一正确道路 2. 我国进入新发展阶段 3. 为中国式现代化提供更加坚实的经济基础
3	第二章 加强党对经济工作的 全面领导	1. 我国经济发展的根本保证 2. 把制度优势转化为治理效能 3. 提高党领导工作的能力和水平
4	第三章 坚持以人民为中心 的发展思想	1. 人民对美好生活的向往就是我们的奋斗目标 2. 在发展中保障和改善民生 3. 扎实推动全体人民共同富裕
5	第四章 坚持和完善社会主义 基本经济制度	1. 坚持公有制为主体、多种所有制经济共同发展 2. 坚持按劳分配为主体、多种分配方式并存 3. 坚持和完善社会主义市场经济体制
6	第五章 全面深化改革开放	1. 改革开放是大踏步赶上时代的重要法宝 2. 经济体制改革是全面深化改革的重点 3. 坚定不移扩大高水平对外开放
7	第六章 完整准确全面贯彻 新发展理念	1. 新发展理念是我国经济发展的指导原则 2. 崇尚创新、注重协调、倡导绿色、厚植开放、推进共享 3. 把新发展理念贯彻到经济社会发展全过程各领域
8	第七章 构建新发展格局	1. 把握未来发展主动权的战略部署 2. 深刻把握构建新发展格局的重要着力点 3. 准确把握国内大循环和国内国际双循环的关系
9	第八章 推动高质量发展	1. 高质量发展是新时代的硬道理 2. 坚持以推动高质量发展为主题 3. 统筹扩大内需和深化供给侧结构性改革
10	第九章 加快发展新质生产 力	1. 高质量发展需要新的生产力理论来指导 2. 新质生产力本质是先进生产力 3. 健全因地制宜发展新质生产力体制机制
11	第十章 加快建设现代化产 业体系	1. 实体经济是一国经济立身之本、财富之源 2. 推进新型工业化 3. 不断做强做优做大数字经济 4. 构建现代化基础设施体系 5. 坚定不移走中国特色金融发展之路
12	第十一章 推动城乡融合发 展	1. 走中国特色新型城镇化道路 2. 推进乡村全面振兴 3. 走城乡融合发展之路
13	第十二章 促进区域协调发 展	1. 构建优势互补高质量发展的区域经济布局 2. 深入实施区域协调发展战略、区域重大战略和主体功能区战略 3. 发展海洋经济
14	第十三章 倡导普惠包容的 经济全球化	1. 经济全球化是人类社会发展的必经之路 2. 引导经济全球化朝着正确方向发展 3. 高质量共建“一带一路”
15	第十四章 统筹发展和安全	1. 强化底线思维、防范化解重大风险 2. 坚持高质量发展和高水平安全良性互动

		3. 维护重点领域经济安全																					
16	第十五章 做好经济工作的方法论	1. 坚持稳中求进工作总基调 2. 坚持系统观念 3. 坚持目标导向和问题导向相结合																					
教学要求： 1. 方法手段： 以教师课堂讲授为主，实践教学、自主学习为辅，采用主题研讨、原著导读、时事研讨、案例分析、实践分享、多媒体音频和视频等多元化教学方式和手段，增强教学的实效性。 2. 考核评价： 课程采用过程性评价与终结性考核相结合的考评模式。过程性评价贯穿教学全过程， 平时成绩占 40%，期末成绩占 60% 。过程性评价内容包括课后作业含习题、文献阅读报告）、阶段性测验、课堂表现（含讨论参与、问题回答、案例分析、实践分享）及考勤等，注重考查学生对习近平经济思想核心要义的基本把握，运用其立场观点方法初步分析中国经济现实问题的能力及学术诚信表现。																							
<table><tr><th>考试形式</th><th>考查内容</th><th>考查方式</th><th>分值</th></tr><tr><td>期末考试</td><td>课程教学内容</td><td>闭卷考试</td><td>60</td></tr><tr><td>平时作业、小测验等</td><td>作业、知识检测等</td><td>平时作业、随堂测验或线上测试</td><td>30</td></tr><tr><td>课堂表现</td><td>课堂讨论、回答问题、案例分析、实践分享、学习态度</td><td>教师综合评定</td><td>5</td></tr><tr><td>出勤</td><td>到课情况</td><td>考勤记录</td><td>5</td></tr></table>				考试形式	考查内容	考查方式	分值	期末考试	课程教学内容	闭卷考试	60	平时作业、小测验等	作业、知识检测等	平时作业、随堂测验或线上测试	30	课堂表现	课堂讨论、回答问题、案例分析、实践分享、学习态度	教师综合评定	5	出勤	到课情况	考勤记录	5
考试形式	考查内容	考查方式	分值																				
期末考试	课程教学内容	闭卷考试	60																				
平时作业、小测验等	作业、知识检测等	平时作业、随堂测验或线上测试	30																				
课堂表现	课堂讨论、回答问题、案例分析、实践分享、学习态度	教师综合评定	5																				
出勤	到课情况	考勤记录	5																				

（3）消费者行为学

开设学期	1	学时	48	学分	3
课程目标： 素质目标： 培养学生在市场营销活动过程中具有吃苦耐劳精神；培养一丝不苟的严谨工作作风；增强学生与人相处、与人沟通的综合素质。 知识目标： 了解市场营销策略与消费者心理的相互关系；熟悉影响消费心理活动的各种因素；掌握消费者个体心理特征对购买行为的影响与制约作用，整合市场营销策略与消费心理的互动机制，系统掌握影响消费决策的认知、情感及环境因素。 能力目标： 能够进行消费者的某项消费心理调查；结合商店的实际销售数据，能够进行消费者购买心理活动分析；能够在现实销售场地，准确判断出消费者的心理活动。					
主要支撑培养规格：S1 S2 S3 S8 S9 Z1 Z2 Z3 N3 N8 N13 N15 N16					
主要内容：消费者行为学概论、消费者购买行为分析、感知、需要与动机、学习与态度、个性、社会文化、购买群体、情境与营销因素等。					
序号	教学单元	教学内容			
1	消费者行为学概论	消费行为学的含义与研究对象；消费行为学的研究原则和研究方法；消费行为学的目的和意义			

2	消费者购买行为分析	了解购买行为分析的理论框架；熟悉信息处理过程；掌握购买决策过程。
3	消费者感知	了解消费者心理活动的认识过程；熟悉情感、意志过程；掌握一般心理过程的综合考察。
4	消费者需要与动机	了解需要与营销活动的关系；熟悉动机在营销活动的应用；掌握如何利用诱导购买动机进行推销。
5	消费者学习与态度	消费者学习的基本方法；消费者学习的几种理论；关于消费者学习与态度一些基本特征及营销应用
6	消费者的个性心理特征	了解消费者的消费观；熟悉气质、性格特征；能够进行自我分析及对他人判断。
7	社会文化与消费者行为	文化的概念；文化六大价值取向；认知过程的文化差异与营销运用
8	社会群体与消费行为	消费群体的概念与分类；消费群体对消费行为的影响；不同群体的消费心理特征和相应的营销策略
9	购买情境与消费者行为	情境及其构成；消费者的情境类型与营销策略
10	营销因素与消费者行为	商品名称、商标、商品包装、价格、促销组合、服务市场与消费者行为以及对应的营销策略
教学要求： 1. 课程思政：通过理论教学和案例融入家国情怀，民族自信、品牌意识；科学精神、社会责任；文化敏感性、国际视野；共同富裕、创新驱动；批判性思维、媒介素养；文化传承等课堂思政。 2. 方法手段：本课程教学的关键是案例讨论和校外实训基地的现场教学，应选用典型的案例和任务为载体，在教学过程中师生互动、生生互动、生客互动，起到事半功倍的教学效果。 3. 考核评价：突出考察学生的学习态度、操作能力、课堂讨论分析能力。过程考核占 70%、期末考试占 30%		

(4) 经济学基础

开设学期	2	参考学时	48	学分	3
课程目标： 素质目标：培养理性经济思维、职业道德与社会责任感，树立诚信意识、成本效益观念及可持续发展理念。 知识目标：掌握微观经济学（价格理论、弹性理论、市场结构）与宏观经济学（国民收入核算、经济政策）核心理论，理解市场失灵与政府干预机制。 能力目标：能运用经济学原理分析现实经济现象（如价格波动、消费行为），制定企业经营策略，评估宏观经济政策效果。					
主要支撑培养规格：S1 S3 S4 Z1 Z7 Z4 N1 N6 N7					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	认识经济学	经济学发展简史；经济学产生前提；经济学解决的基本问题；微观经济学与宏观经济学的含义；经济思维方式。			
2	把握价格内在	需求理论；供给理论；均衡理论；弹性理论。			

	规律	
3	学会理性消费	效用理论概述；边际效用分析法；无差异曲线分析法。
4	探知企业经营策略	生产要素与生产函数；短期生产函数；边际收益递减规律；短期生产决策；成本与成本函数；短期成本的分类；短期成本曲线（短期成本分析）；短期成本决策；利润最大化原则市场结构类型；完全竞争市场的条件与厂商的需求曲线与收益曲线；完全竞争厂商的短期均衡的条件和特征。
5	认知市场失灵与政府干预	市场失灵与政府干预经济职能；垄断；公共物品；外部性；不完全信息与市场失灵。
6	了解国民经济核算与收入决定	GDP 的含义及核算方法；两部门、三部门、四部门国民收入的决定；总需求的构成；乘数理论。
7	感知宏观经济发展	经济周期的概念与类型；经济周期的成因分析；经济发展的内涵；经济增长的源泉；经济增长与经济发展和联系； 失业定义及其分类；失业的治理；通货膨胀定义及其成因；通货膨胀对财富分配的影响。
8	理解宏观经济政策	财政政策的定义；国家财政的构成；财政政策的运用；货币政策的定义；货币的分类及银行体系；货币政策工具；货币政策的运用；宏观经济政策的协调运用。
教学要求： 1. 课程思政：结合“双十一价格战”“垄断案例”等思政素材，强化诚信经营、公平竞争与社会责任意识。 2. 方法手段：采用案例教学（如“滴滴收购 Uber”分析）、任务驱动（企业策略制定）、小组竞赛（市场结构模拟）提升实践能力。 3. 考核评价：平时成绩（课堂参与、作业）占 30%，期末闭卷考试（理论+案例分析）占 70%，侧重理论应用与批判性思维。		

（5）经济法

开设学期	2	学时	40	学分	2.5
课程目标： 素质目标：具备一定的沟通能力和组织协调能力，具备一定的分析和运用经济法律进行解决实际问题的能力。 知识目标：了解经济法的概念与特征；经济法的原则、地位和作用；理解经济法律关系的概念；经济法律关系的构成、确立和保护；掌握公司法律制度、合同法律制度、反不正当竞争法律制度、劳动合同法律等。 能力目标：能执行经济法律的各项规定，能识别、确认各种经济组织的有关经济法律业务的基本情况，能对基本的经济法律案例进行分析。					
主要支撑培养规格： S1 S3 S4 Z1 Z7 Z4 N1 N6 N7					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			

1	公司制度	1、公司法概念及公司分类 2、公司各种人员的资格和责任 3、公司财务和会计以及公司债券
2	合同制度	1、合同法概念 2、合同的成立、合同的效力、合同的履行、合同的变更、转让及终止 3、违约责任
3	反不正当竞争制度	1、竞争和不正当竞争的概念及特征 2、不正当竞争行为的类型
4	产品质量法制度	1、产品质量法的概念、立法原则、适用范围 2、产品质量认证制度、生产者的产品质量义务、销售者的产品质量义务
5	劳动合同制度	1、劳动合同的概念、类型 2、劳动合同的订立、履行、解除、违约责任。
教学要求: 1. 课程思政: 职业素养、“实事求是”、“诚信”、新时代中国特色、社会主义劳动关系、诚信等 2. 方法手段: 重视现代信息技术的应用,尽可能运用多媒体课件的形式呈现资料,进行讲授、演示,并按照设计活动的内容展开教学。 3. 考核评价: 平时成绩(课堂参与、作业)占40%,期末闭卷考试(理论+案例分析)占60%,侧重理论应用与批判性思维。		

(6) 摄影与摄像基础

开设学期	2	参考学时	40	学分	2.5
素质目标: 具有良好的职业道德、视听思维和职业摄影摄像师的基本素质,培养德、智、体、美全面发展。					
知识目标: 系统掌握摄影与摄像的器材、配件及操作基础知识;掌握不同主题摄影(广告、人像、建筑、新闻等)的技术要点;熟练运用计算机进行影像后期处理与视频剪辑;学习设计色彩理论与调色技巧,提升色彩配置与组合能力;理解视听语言基础概念,包括镜头语言、蒙太奇等影视思维方法。					
能力目标: 具备广泛的科学文化和艺术理论知识,适应我国影视行业发展需要,具备策划、拍摄、剪辑、特效制作等影视全流程技能;能够独立完成广告设计、场景搭建、灯光布景等实践任务;通过色彩学训练,提升色彩写生与设计应用能力;运用视听语言进行影视分析与创作,建立专业影视思维;掌握前沿技术的实践应用。					
主要支撑培养规格: S1 S2 S7 Z2 Z5 Z11 N1 N6 N11 N12					
主要内容: 说明:摄影与摄像课程系统讲授摄影的核心知识体系、包含影像基本内容、影像拍摄艺术基础、影像拍摄技术基础、摄影前沿知识等内容,涵盖广告摄影、人像摄影、建筑摄影、新闻摄影、短视频拍摄、设计色彩、视听语言等多个核心模块。课程内容深度融合短视频创作生态、人工智能影像技术及行业制作新标准等前沿要求相关知识。					

序号	教学单元	教学内容
1	影像的基本内容	①摄影的含义、摄影的意义、影像的特性和功能；②摄影的分类；③摄影的起源和发展；④摄影的作用。
2	设计色彩	①色彩学理论；②调色技巧色彩；③写生与设计应用
3	手机摄影与短视频拍摄	①手机摄影的特点；②手机摄影的创作技巧；③短视频拍摄
4	影像拍摄技术基础、视频拍摄	①相机的种类、基本结构、保养与选购②镜头的种类与特性③曝光、对焦、相机高级参数的设置④视频拍摄实践
5	影像拍摄艺术基础	①摄影构图的基本概念；②拍摄三要素：距离、方位、角度；③线条、影调、色彩、光线的表现力。
6	主题影像拍摄	①广告摄影；②人像摄影；③建筑摄影；④新闻摄影；⑤微电影拍摄
7	视听语言	①镜头组接；②蒙太奇手法；③影视分析与创作实践
8	数码影像的后期处理	①数字影像输入；②数字影像处理；③数字影像输出
9	前沿技术探索	①人工智能摄影；②无人机摄影
教学要求： 1. 课程思政： 坚守广告真实性创作准则、强化知识产权保护意识、弘扬新时代美育精神、探索影像技术创新应用、践行艺术服务社会的职业使命、恪守视觉传播伦理规范。 2. 方法手段： 以教师课堂讲授为主，自主学习为辅，通过讨论研究、多媒体音频和视频等教学方式和手段，提高教学的时效性。主要教学场所为多媒体教室任课，教师应具有扎实摄影知识基础。 3. 考核评价： 课程考核包括平时过程考核、期末考核两部分。 （1）平时过程成绩占 40%。 （2）期末考核成绩占 60%。		

（7）企业管理

开设学期	4	参考学时	40	学分	2.5
课程目标： 素质目标：培养创新意识与批判思维，树立中国优秀管理思想和本土企业文化自信，养成团结合作的职业品质。 知识目标：了解管理系统的基础知识，熟悉管理思想，掌握管理职能。 能力目标：能进行计划与控制，组织与协调沟通，领导与激励，学习创新等工作。					
主要支撑培养规格：S1 S2 S3 S4 S10 Z1 Z2 Z3 N11 N12 N13 N15 N16					
主要内容：管理系统的基础知识，包括管理的概念、属性，管理体系构成、管理职能、古典理论、管理理论发展等；管理思想，包括管理思想的演进过程、最新趋势，管理原理、组织文化等；计划、组织、领导、控制的概念、类型、地位、作用、方法步骤等的知识。					
序号	教学单元	教学内容			
1	管理初步认知	认知管理概念，识别管理与管理者。			
2	管理思想的发展	认知管理思想，识别中西方管理思想的发展历程。			

3	管理原理与方法	认知管理原理, 运用管理方法。
4	计划控制职能	认知计划与控制职能的原理, 撰写工作计划、商业计划书、控制方案。
5	组织与协调职能	认知组织与协调的原理, 设计人事组织方案, 设计协调方案。
6	领导与激励职能	认知领导与激励的基本原理, 设计企业员工激励方案。
7	学习与创新职能	认知学习与创新的基本原理, 设计企业员工学习培训方案, 设计营销或管理创新方案。
教学要求: 1. 课程思政: 本课程思政包括管理与法律常识、责任意识和爱国情怀、文化自信、唯物辩证思想与批判精神、正确认识自我和外部环境, 积极向上的人生规划、服务意识、树立正确的价值观、创新精神与工匠精神。 2. 方法与手段: 理论与实践性结合, 基于《管理学基础》在线开放课程平台丰富的项目任务、微课视频、优秀案例、测试题库、评价标准等数字资源, 采用理论与实操结合、线上与线下混合的教学模式。 3. 考核评价: 借助超星学习通, 有效实施包括在线任务点学习、章节测试、作业、讨论、课堂活动积分、出勤等学习全过程的考察, 过程考核 70%, 期末考试占 30%。		

3. 专业核心课程模块

(1) 市场调查

开设学期	3	参考学时	48	学分	3
课程目标: 素质目标: 通过本课程培养学生岗位职业道德, 提升计划组织、协调沟通、团队合作、科学决策、自我管理、逻辑思维等意识与信息素养。 知识目标: 通过本课程使学生认识市场调研概念, 掌握调研方案构成、设计, 熟悉调研方式方法特点, 理解资料整理分析, 掌握报告撰写与市场预测方法。 能力目标: 通过本课程让学生具备调研方案设计、问卷制作、信息收集、资料整理分析、报告撰写及市场预测等能力。					
主要支撑培养规格: S3、S4、S5、S9、Z7、Z8、Z12、N4、N6、N14。					
主要内容:					
序号	教学单元	教学内容			
1	认知市场调研	阐述市场调研含义、必要性、原则、类型及步骤, 让学生从中认识市场调研的意义, 培养初步调研意识, 强化对市场数据运用的新要求, 学会从数据中挖掘有价值信息, 为后续调研奠定基础。			
2	组建调研团队	介绍市场调研行业、机构及内部组成、组建方法, 让学生了解行业情况, 引导学生解读相关自律公约, 掌握调查业在数据安			

		全、隐私保护等方面的新规范和标准。
3	界定调研主题与内容	明确调研内容、主题相关概念及确定方法，指导学生确定调研方向，掌握符合市场变化的确定调查主题和内容的方法。
4	确定调查方式与方法	讲解信息收集步骤、基本调查方式及多种调查方法的运用，让学生能够掌握多种调查方式和方法在新时代的应用。
5	设计调查表	使学生理解调查表概念，掌握问卷结构、问题设计等相关技巧与评估标准。强调信息调查应公正的原则，避免诱导性问题，确保问卷设计符合市场调研工作的规范。
6	撰写与汇报市场调研方案	教授方案撰写格式、技巧及评价标准，并进行实践与汇报训练。通过案例分析尊重调查对象隐私等问题，培养学生的职业道德素养，提升方案撰写和汇报能力。
7	组织实施市场调研	明确调查人员素质要求、培训及控制内容，传授实地调查技巧。通过分享案例引导学生养成尊重事实的工作态度。培养学生运用线上问卷调研平台的能力，提升数据收集效率，探索调研新工艺。
8	整理分析调研信息	介绍资料整理含义、注意事项，教授分析与预测方法。让学生掌握市场预测的知识和方法，提高对市场趋势的预测能力。
9	撰写与提交市场调研报告	让学生掌握报告作用、撰写方法、提交方式及宣讲要领与检查技巧。通过案例分析，培养学生诚信工作理念，确保报告符合市场调研的要求和标准。
教学要求： 1. 课程思政：通过分享资料、案例分析等方式，培养学生正确三观，使其具备爱国情怀、社会责任感和职业道德，树立严谨、诚信的职业态度，将思政教育贯穿课程始终。 2. 方法手段：采用项目、任务驱动教学法，借助线上平台与多媒体工具开展教学，以调研项目为载体，让学生分组协作，提升解决实际问题与团队合作的能力。 3. 考核评价：课程成绩由平时（40%）和期末（60%）构成。平时考核涵盖出勤、讨论、作业和项目实践；期末采用开卷笔试综合考查学生对知识的掌握，评估学习成果。		

（2）AI 智能图像处理与智能设计

开设学期	3	参考学时	48	学分	3
素质目标：培养学生良好的审美能力和创新思维，具备团队协作精神和沟通能力，能够独立思考和解决问题，具有良好的职业道德和较强的工作责任心，同时具备自主学习能力和知识应用能力。 知识目标：掌握平面广告设计的基本理论知识，包括广告创意、构图原理、色彩搭配、版式设计等；熟悉广告设计的流程和规范；熟练掌握图形图像处理软件（如 Photoshop）在广告设计中的应用方法；掌握 AI 图像处理的基本原理与常用算法；理解生成式 AI 在视觉设计中的应用机制。 能力目标：学生能够结合市场需求和创意理念，运用专业软件进行广告设计，包括创意构思、素材收集与处理、版面设计、色彩搭配、文字排版等；能够独立完成广告项目的策划与制作，具备一定的项目管理能力；能够对广告作品进行有效的评估与优化；能够运用 AI 工具完成图像修复、风格迁移、智能合成等任务。					
主要支撑培养规格： S1-S8 Z9-Z13 N10-N12....					

主要内容说明：课程内容涵盖平面广告设计的基础理论知识，包括广告创意、构图原理、色彩理论等；深入讲解图形图像处理软件在广告设计中的应用，如图像合成、特效制作、文字设计等；同时融入广告设计的实践操作，涵盖广告策划、版面设计、色彩搭配、文字排版等要点。

序号	教学单元	教学内容
1	平面设计基础理论	①广告的定义与功能；②广告设计的发展历程；③广告创意与策划；
2	图形图像处理基础	①Photoshop 界面与工具；②图像的采集与编辑；③图层与蒙版应用；
3	色彩与版式设计	①色彩理论基础；②色彩搭配技巧；③版式设计原则；
4	文字设计与排版	①字体选择与设计；②文字排版技巧；③标题与正文设计；
5	图像合成与特效	①多素材合成技巧；②光影特效制作；
6	AI 图像处理	①基于 AI 的图像去噪、修复、超分辨率与色彩增强；②常用 AI 设计工具（如 Midjourney、DALL·E 等）的使用与调参；③海报、插画、Logo 等视觉内容的智能生成与优化。
7	AI 在设计行业的应用与伦理	AI 在广告、UI/UX、影视、游戏等领域的应用案例与设计伦理探讨。

教学要求：

1. 课程思政：结合文化自信与创新驱动发展战略，引导学生理解 AI 在传承与创新视觉文化中的作用，增强设计服务社会、弘扬正能量的意识，培养具有家国情怀的设计人才。

2. 方法手段：采用案例驱动与项目实战结合；利用屏幕录制与分步演示教学；组织设计竞赛与行业项目模拟，提升学生实战能力。

3. 考核评价：课程考核包括平时过程考核、期末考核两部分。

（1）平时过程成绩占 50%。

（2）期末考核成绩占 50%。

（3）AI 新媒体文案创作

开设学期	3	参考学时	56	学分	3.5
素质目标：引导学生广泛阅读，借助案例教学，强化词语积累；营造多种商业情境，增强写作训练，实现学以致用；融入创新创业教育，重视文案创意、鼓励原创。 知识目标：掌握 AI 文案生成的基本原理与模型机制；熟悉各类新媒体平台，具备熟练的访问与应用能力；具备信息检索、信息收集的能力、能采集各类优质文案；具有良好的文案阅读能力、文案归纳与总结能力；熟练掌握各类文案创意方法和策略；具备各类文案稿件的写作能力和仿写能力。 能力目标：能够运用 AI 工具生成符合场景需求的文案内容；能策划和撰写企业传播文案；根据营销目标、策划活动文案；能撰写微信公众号文案，策划微信专题信息；能够撰写短视频脚本、对白、字幕等文字内容；能够策划新媒体广告文案；具备文案创意能力、能写出原创文案；能够根据要求修改文案稿件。					

主要支撑培养规格：S1 S2 Z1 Z2 Z4 N2 N4 N6 N10		
主要内容： 说明：媒体文案写作课程聚焦新媒体时代的文案创意与营销实践，系统培养学生在数字化传播环境下的广告文案创作能力。课程以新媒体平台为载体，重点解析文案在营销活动中的战略价值与创新表达，强化经典营销理论与新媒体传播特性的有机融合。课程内容深度融入新业态传播逻辑、新技术创作工具、新工艺生产标准及新行业规范要求，培养适应智能传播生态的复合型文案人才。		
序号	教学单元	教学内容
1	新媒体文案概述	①新媒体的发展；②新媒体文案的类型；③新媒体文案的特点； ④新媒体平台文案写作定位；⑤新媒体文案创作的修炼技巧
2	常见的新媒体平台的营销文案写作策略	①微博文案写作；②微信朋友圈营销文案；③微信公众号文案；④社群营销文案；⑤电商文案写作；⑥短视频营销文案；⑦自媒体文案
3	常见的新媒体文案类型及写作要点	①电商产品文案；②品牌传播文案；③活动策划文案；④推广软文
4	AI 文案生成	①自然语言处理与生成模型简介、文案生成的基本流程；②广告语、产品描述、营销推文等场景的 AI 生成与人工优化
教学要求： 1.课程思政：本课程将《广告法》合规训练、社会主义核心价值观植入与 AI 舆情风控相结合，培养抵制虚假宣传、维护原创权益且兼具创新精神与社会责任感的新媒体文案人才。 2.方法手段：主要采用案例教学+实例训练等教学方法,提供较多的优质文案,引导学生阅读、体会、仿写、提升文案创意能力和写作水平，主要教学场所为多媒体课室，选用符合国家要求的高职高专教材。任课教师应具有扎实的媒体文案写作功底和一定的媒体文案写作实践经验。 3.考核评价：课程考核包括平时过程考核、期中考核、期末理论考核两部分。 （1）平时过程成绩占 40%。 （2）期中考核成绩占 20%。 （3）期末考核成绩占 40%		

（4）新媒体营销

开设学期	3	参考学时	48	学分	3
------	---	------	----	----	---

课程目标： 素质目标：培养学生岗位职业道德，遵守新媒体运营行业规范与条例准则，培养学生理解、沟通、协调、组织和创新等职业意识，培养学生人际交往和团队协作精神。 知识目标：了解新媒体的类型、特点和发展趋势，掌握微信、微博、短视频、社群的操作和应用，掌握新媒体营销的策划、推广与运营，熟练运用新媒体营销方式。 能力目标：能根据不同新媒体传播的特点，选择恰当的新媒体媒介开展营销活动，具备策划营销推广活动的的能力，具备撰写科学可行的全媒体营销策划方案书的能力。		
主要支撑培养规格：S1 S2 S5 S8 Z14 N13 N14 N17		
主要内容： 说明：对接新媒体运营岗位能力、“互联网营销师”等新职业和数字营销（1+X）等级证书、市场营销技能大赛，深化岗课赛证融通，基于国货新媒体营销推广项目，按照新媒体营销工作过程，从易到难、由单一到综合，循序渐进，重构课程教学内容，包括微信营销、微博营销、短视频营销、直播营销、社群营销全媒体营销6个项目，逐级提高学生技能。		
序号	教学单元	教学内容
1	新媒体营销认知	①新媒体的概念、类型、发展趋势；②新媒体营销的概念和优势。③新媒体营销模式；④新媒体营销常用思维方法。
2	微信营销	①公众号命名；②公众号菜单设置；③公众号图文编辑；④文案写作与优化；⑤公众号吸粉推广；⑥公众号运营成果展示。
3	微博营销	①微博内容策划；②微博营销技巧；③微博营销成果展示；
4	短视频营销	①短视频内容策划；②短视频创作；③短视频推广；④成果展示。
5	直播营销	①直播营销策划；②直播脚本撰写；③引流推广；④成果展示。
6	社群营销	①社群组建与管理；②社群营销方法；③社群营销成果展示。
7	全媒体营销策划	①全媒体方案策划；②全媒体策划方案优化；③全媒体营销活动成果展示。
教学要求： 1. 课程思政：培养爱岗敬业、百折不挠、甘于奉献、敢想敢做的创新精神和精益求精的工匠精神，培养脚踏实地、吃苦耐劳的劳动精神和诚实守信的职业道德，树立文化自信，提升民族自信心和自豪感。 2. 方法手段：采取案例教学、课堂讨论、分析比较、小组作业、实践演练、汇报展示、项目运营等多种形式进行教学。利用多媒体课件、视频资源、在线开放课程资源、数字营销操作平台、直播实训室等教学手段和实训设备开展教学，增加课堂信息量，增加学生操练实践机会，提高课堂教学效率和教学效果。 3. 考核评价：由理论知识（35%）、实践技能（45%）、职业素养（10%）、道德表现（10%）四部分构成。		

（5）数字营销

开设学期	3	参考学时	40	学分	2.5
------	---	------	----	----	-----

课程目标: 素质目标: 本课程培养学生的互联网营销理念, 对新手段新工具的学习力以及创新思维能力, 培养学生严谨、敬业的职业态度。 知识目标: 掌握搜索引擎营销的基础理论、营销市场分析、搜索排名广告优化、搜索引擎广告营销推广和推荐引擎广告营销, 使用搜索引擎、推荐引擎等数字营销技术触达未知受众, 进行品牌传播工作, 掌握推荐引擎广告效果分析与优化的维度与方法; 掌握数字广告效果评估的过程与方法。 能力目标: 具备自身网页和竞争对手网页搜索排名分析的能力; 具备关键词词库的清洗与筛选的能力; 具备网页搜索排名优化并分析优化效果的能力; 具备不同类型内容优化的能力; 具备目标受众定向及出价的能力; 具备推荐引擎广告营销的数据分析和优化的能力; 具备借助搜索引擎进行搜索排名广告优化与搜索排名广告营销的能力。		
主要支撑培养规格: S3 S4 N13		
主要内容: 本课程主要阐述数字广告营销的基础理论、广告营销市场分析、搜索排名优化、搜索引擎营销推广和推荐引擎营销, 根据数字营销策划方案, 使用搜索引擎、推荐引擎等数字营销技术触达未知受众, 进行品牌传播工作, 培养学生运用搜索引擎开展数字广告营销的能力。		
序号	教学单元	教学内容
1	数字广告营销概述	①SEO 内涵及价值; ②SEM 内涵、特点及流程; ③百度等搜索引擎产品的介绍; ④SEO 和 SEM 的关系。
2	广告营销市场分析	①目标受众分析定位; ②搜索引擎竞争对手网站分析; ③推荐引擎竞争对手企业分析。
3	搜索排名优化	①网页搜索排名分析; ②关键词挖掘与分析; ③搜索排名优化。
4	搜索引擎营销推广	①搜索排名广告营销与分析; ②搜索引擎品牌营销推广与分析; ③搜索引擎营销推广任务操作。
5	推荐引擎营销	①推荐引擎营销概述; ②推荐引擎落地页推广与分析; ③推荐引擎应用程序推广与分析; ④推荐引擎线下门店推广与分析。
教学要求: 1. 课程思政: 培养学生树立数据合规意识, 引导学生合理规范地使用数据, 维护消费者权益, 保护消费者数据隐私; 培养学生以效益为目标, 以法律为准绳, 杜绝不正当竞争和虚假宣传行为。 2. 方法手段: 利用虚拟仿真实训软件进行模拟训练, 力求做到理论与实践相结合, 安装数字营销技术应用(中级)所需软件并能支持其运行, 且配有多媒体的计算机机房或实训室。 3. 考核评价: 课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。平时考核: 包括课堂出勤、发言讨论、作业完成和德育素养五个部分, 评价标准以超星、学银在线等平台记录的数据为主要依据。期末考核: 采用开卷考核理论方法, 考试时间 90 分钟, 对本课程所学内容进行综合考核, 考核方法为数字营销实训系统机试。		

(6) AI 视频生成与智能剪辑

开设学期	4	参考学时	48	学分	3
------	---	------	----	----	---

素质目标：能够具备一定的后期编辑制作方面的技术及审美能力，进行一些有价值的影视后期创作。

知识目标：了解视频处理的相关知识基础、熟悉操作界面和 workflows、熟悉视频素材的采集、掌握视音频编辑素材的编辑方法、掌握各种常用特效的使用、掌握字幕的制作方法、掌握音频内容的编辑、知道节目输出的方法、掌握 AI 视频生成的基本原理与核心技术、理解视频内容的结构化与叙事逻辑、掌握智能剪辑、特效生成与音频合成的 AI 工具应用。

能力目标：学生能够结合自身的审美情趣，利用专业视频编辑知识，根据作品要求分工合作、积极实践，进行自主化的创作构思、收集素材、组合编辑、最后预览输出作品影片，能够运用 AI 工具完成视频内容生成、智能剪辑与特效合成。

主要支撑培养规格：S1-S8 Z9-Z13 N10-N12....

主要内容说明：课程内容涵盖视频编辑的基础理论，包括视频语言、镜头组接技巧、色彩理论等；深入讲解主流视频编辑软件的高级功能应用，如剪辑、特效添加、音频处理、字幕制作等；同时融入视频拍摄技巧，涵盖镜头设计、画面构图、光线运用、拍摄设备操作等要点。

序号	教学单元	教学内容
1	短视频入门知识	①短视频特点与平台规则；②拍摄基础与脚本策划；
2	视频编辑基础理论	①时间轴与帧率概念；②视频格式与编码原理；
3	视频后期编辑入门	①Premiere 基础操作；②素材导入与项目管理；
4	字幕制作	①静态与动态字幕添加；②字幕样式与动画设计；
5	关键帧运用	①关键帧原理；②位置、缩放、透明度动画控制；
6	视频调色	①色彩理论基础；②LUTs 应用与曲线调整；
7	视频特效编辑	①转场与滤镜效果；②粒子特效与动态图形；
8	视频抠像与合成	①绿幕抠像技术；②多图层合成与蒙版应用；
9	音频的编辑	①音频剪辑与降噪；②音量与声道平衡；
10	音频效果运用	①混响与均衡器；②音效与背景音乐适配；
11	AI 视频生成	①视频生成模型原理、多模态融合技术与生成流程；②AI 辅助剪辑工具使用；③AI 特效生成、语音合成等。

教学要求：

1. **课程思政：**强调版权保护意识，拒绝盗用素材；倡导创新与原创精神，遵守行业道德规范。

2. **方法手段：**采用案例教学与项目驱动法；结合多媒体演示与实操练习；鼓励学生参与行业竞赛与团队项目。

3. **考核评价：**课程考核包括平时过程考核、期末考核两部分。

(1) 平时过程成绩占 50%。

(2) 期末考核成绩占 50%。

(7) 广告创意与策划

开设学期	4	参考学时	48	学分	3
素质目标： 培养学生具有良好的品德素养、健康的思想情操、正确的人生观；培养学生创造思维、艺术个性、沟通能力、团队意识及创新能力。					
知识目标： 了解广告策划与设计的基础理论系统；了解广告设计基本要素，掌握创意概念提取和设计表达能力；掌握广告文案包括广告语、广告标题等方面的创作技巧；					
能力目标： 能够与客户进行良好的沟通；能够进行市场分析；广告策略制定；广告策划主题提炼；广告创意及媒体计划；能撰写广告策划书并提报。					
主要支撑培养规格：S1 S2 Z13 N9 N10					
主要内容：					
说明：为探索新媒体、数字经济、产教融合发展的新模式，增加学生接触企业实践的机会，提升产教融合的新动能，广告策划与设计课程是以大广赛的历届广告命题项目为学生课堂实训素材，以项目驱动方式完成各章节内容的学习。					
序号	教学单元	教学内容			
1	广告策划概述	①广告策划的概念、原则、类型、流程；②广告策划的理论依据。			
2	市场分析	①市场营销环境分析②市场细分概念和细分依据			
3	产品分析	①产品的三层次理论；②产品的竞争的优势；			
4	竞争对手分析	①三种类型的竞争对手；②运用竞争 2W 研究分析法；			
5	选择目标受众	①为产品找目标受众；②目标受众选择原则；			
6	广告受众分析	①目标受众的消费动机；②马斯洛的五种需求			
7	提炼核心卖点	①卖点概述；②卖点具备的三大要素；③给核心卖点找支持点；			
8	广告定位	①定位概念；②两方面定位产品；③广告定位；④广告定位策略；			
9	确定广告主题	①广告传播目标；②提炼广告主题；			
10	广告创意表现	①创意概念，②创意原则，③创意类型，④创意方法，⑤平面、视频、广播、广告文案等创意案例赏析，⑥平面、视频人、广播、广告文案等创意实践；			
11	广告媒体策略	①广告媒体概述；②广告媒体选择标准；③媒体费用计算；			
12	内容总结和广告策划书写作	广告策划的内容总结和写作			
教学要求：					
1. 课程思政：拒绝不正当广告竞争、严格遵守广告法、符合社会主义核心价值观、勇于创新和探索、乐于奉献、爱岗敬业。					
2. 方法手段：积极实行启发式、讨论式教学、鼓励学生独立思考，激发学生学习的主动性，培养学生科学创新精神，促进学生个性与能力全面发展。运用多媒体音频、视频、动画等教学工具与手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。					
3. 考核评价：课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。					
(1) 平时过程成绩占 50%。					
(2) 期末考试成绩占 50%。					

(8) 推销与谈判

开设学期	4	参考学时	48	学分	3
------	---	------	----	----	---

课程目标： 素质目标：培养学生优良的销售职业道德品质、乐观自信和较强的抗挫折能力；培养和顾客真诚有效沟通的职业素养和“顾客至上”的服务理念；培养诚实守信、严谨认真、敬业爱岗的职业态度。 知识目标：了解现代推销的概念、构成要素及其变化；熟悉推销基本环节，了解推销方式与基本模式；掌握推销准备工作、推销洽谈基本内容和程序。了解商务谈判理念和方式等基本内容；熟悉商务谈判前期准备工作、进行模拟谈判；掌握商务谈判原则和过程。 能力目标：掌握推销洽谈的策略，具有处理客户异议、促成交易及售后客户维护等各推销环节专业活动的的能力；掌握网络推销的基本策略，具有灵活运用各种推销技巧的能力。掌握谈判的准备工作；掌握谈判的进程和灵活运用谈判的策略。		
主要支撑培养规格：S1 S2 S3 S4 Z11 N1 N2 N3		
主要内容：		
序号	教学单元	教学内容
1	推销知识与准备	现代推销的基本概念、构成要素及变化；推销基本环节、推销方式与基本模式；推销人员的职业素质准备、职业能力准备；制定推销计划。
2	寻找约见接近客户、推销洽谈及异议处理	准客户的基本知识，客户建档并分析；寻找客户、约见客户和接近客户；推销洽谈的基本知识、内容与程序；处理客户异议。
3	促成交易、售后维护	促成交易的信号与时机、促成交易的方法及合同拟定；售后跟进，建立客户关系与处理投诉。
4	互联网+环境下的网络推销	网络市场；网络推销的基本策略。
5	商务谈判理论知识	商务谈判的概念、特征、原则和评价标准；商务谈判的类型、模式。
6	商务谈判前期准备工作	信息搜集整理；拟定谈判计划；模拟谈判。
7	商务谈判的过程	商务谈判开局类型、内容和策略；商务谈判报价、还价、让步和僵局处理。
8	商务谈判的签约	促成签约；谈判收尾。
教学要求： 1. 课程思政：推销人员必备的职业道德，坚持顾客信息保密原则，推销与谈判过程中的创新和探索精神，商务谈判的求真务实原则，签订合同的法律意识。 2. 方法手段：在教学方法的选择上融合课程思政从学生现有的能力和水平出发，采用案例教学法、模拟教学法、现场教学法、角色扮演法等多种教学方法，在教学手段的选用上采用多媒体演示教学，将推销人员的工作过程和情景案例引入课堂。 3. 考核评价：考核强调能力标准及考核的整体性，以教师现场点评、学生线上匿名互评的方式进行现场模拟实操评价，过程考核 40%，期末考核占 60%。		

4 专业拓展选修课程模块

（1）数字营销策划

开设学期	4	参考学时	40	学分	2.5
课程目标： 素质目标：树立数字营销的诚信意识与创新精神，注重数据驱动的营销决策，强化用户导向与价值共创理念，培养具备全局视野、策略思维与社会责任感的数字营销策划人才。 知识目标： 掌握数字营销策划的全流程与方法论；理解市场分析、用户洞察、策略制定与效果评估的系统框架；掌握主流数字营销平台与工具的使用；了解行业趋势与法规政策对营销策划的影响。 能力目标：能够独立完成数字营销策划案的撰写与提案；具备市场分析、用户画像构建与竞品调研能力；能够制定整合营销策略并实施执行计划；具备营销效果监测、数据分析与优化调整能力。					
主要支撑培养规格： S1 S3 S7 Z8 Z12 N2 N7 N11 N16					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	数字营销策划概述	策划流程、关键要素与成功案例。			
2	市场分析与用户洞察	行业趋势、竞争格局、用户行为与需求分析。			
3	目标设定与策略制定	SMART 目标设定、整合营销策略、渠道选择与资源配置。			
4	内容策划与创意表达	内容矩阵规划、创意表达形式、多媒体内容策略。			
5	执行计划与预算编制	时间安排、任务分工、预算编制与资源调配。			
6	效果评估与优化调整	KPI 设定、数据分析工具使用、效果评估与策略迭代。			
教学要求： 1. 课程思政： 结合国家数字经济发展战略与品牌强国建设目标，引导学生树立诚信经营、绿色营销的理念，增强文化自信与国货品牌责任感，培养服务实体经济、推动数字化转型的营销人才。 2. 方法手段： 采用“案例教学+项目实训+模拟提案”相结合的教学模式，依托真实企业或品牌项目开展策划实践，鼓励学生团队协作完成从分析到评估的全流程策划任务。 3. 考核评价： 过程性考核成绩占 50%，结果考核成绩占 50%。					

（2）市场营销策划

开设学期	4	参考学时	40	学分	2.5
------	---	------	----	----	-----

课程目标： 素质目标：培养以数据驱动决策、以客户需求为导向的职业思维；培养创新意识，在策划中平衡商业目标与社会责任；树立并强化职业道德；培养团队合作和资源整合能力。 知识目标：熟悉市场调研、客户画像和营销环境分析等方法与工具；掌握营销策划的流程；掌握各类营销策划的策略及其应用；掌握营销方案的设计和策划书写作要点。 能力目标：能够根据具体需求完成市场调研、目标定位、策略制定到方案设计的完整策划流程；能结合市场趋势与消费者痛点，提出创新性策划思路。		
主要支撑培养规格：S1 S2 S3 S4 S7 Z2 Z6 Z7 Z8 Z9 Z13 N1 N2 N3 N4 N9 N10 N11 N12		
主要内容：		
序号	教学单元	教学内容
1	营销策划基础	营销策划的含义、原则、构成要素及主要类型；营销策划方案结构及撰写流程；营销策划创意思维与方法。
2	营业推广策划	营业推广策划流程；营业推广策划工具；营业推广策划方案撰写。
3	产品广告策划	产品广告策划的工作流程；产品广告心理策划及其效果评价；产品广告策划方案内容及结构。
4	公关主题活动策划	公关主题活动策划的含义和内容；公关主题活动策划的程序与策略；公关主题活动策划的方案撰写。
5	新品上市推广策划	新品上市的准备工作、模式及时机策略；新品上市推广策划流程；新品上市推广策划方案撰写。
6	企业形象策划	企业形象设计原则；企业思想识别系统策划；企业形象法律保护。
教学要求： 1. 课程思政：诚信经营与商业伦理、可持续发展理念、消费者权益保护为主的价值观和社会责任；精益求精的策划态度、团队合作与责任担当为主的工匠精神和职业素养；广告法、数据安全法、知识产权保护等为主的法治意识；传统文化与现代营销相融合、民族品牌振兴使命为主的文化自信；科技创新驱动营销升级、商业价值与社会价值的统一的创新精神和科技向善。 2. 方法手段：教学方法上，采用翻转教学法、案例分析法、以赛促学法和任务驱动法；教学手段上，课程教学充分使用现代化教育技术、提升教学水平，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。 3. 考核评价：采用多元评估体系，将形成性考核与终结性考核相结合，形成性考核包括平时课堂表现和各项实践操作成绩；终结性考核采用方案设计考核方法，对本课程所学内容进行综合考核。		

(3) 智能交互内容设计与开发

开设学期	4	参考学时	40	学分	2.5
------	---	------	----	----	-----

课程目标: 素质目标: 提高学生的团队协作素质, 树立敬业精神、竞争意识, 培养审美素质。 知识目标: 掌握 H5 交互融媒体云平台的基础操作及制作方法, 掌握 H5 交互融媒体云平台界面与舞台的操作及使用, 掌握 H5 交互融媒体云平台动画的制作, 掌握 H5 交互融媒体云平台控件的基础操作及设置。 能力目标: 能熟练使用相关云平台进行 H5 交互融媒体的设计与制作, 能掌握 H5 交互融媒体的设计与制作的各项技能, 能够进行各种动画的效果实施。		
主要支撑培养规格: S3 S4 S7 N11 N17		
主要内容: 本课程内容紧跟行业前沿, 涵盖 H5 页面的响应式设计, 适配多终端; 融入人工智能交互技术, 提升用户体验; 运用 HTML5 新技术, 实现动画、交互效果; 遵循 W3C 等新标准, 确保页面兼容性与可访问性, 培养适应新业态的融媒体设计制作人才。		
序号	教学单元	教学内容
1	基础知识	介绍移动通信、信息传播与 H5 的关系, 以及融媒体、H5 与交互动画的基本概念。
2	平台操作	讲解木疙瘩平台与专业版 H5 编辑器的基本操作, 包括界面布局、菜单栏、工具栏、页面编辑区、舞台、工具箱、属性面板、时间轴和图层等。
3	页面制作基础	通过具体任务, 如图文公益广告、长图新闻故事、绘图交互宣传广告等, 讲解 H5 页面的设计与制作方法。
4	交互设计	介绍行为、触发条件与交互的设置, 包括图层和帧的操作, 以及各种交互控制的实现方法。
5	动画制作	涵盖帧动画、特型动画(如进度动画、路径动画、变形动画、遮罩动画)的设计与应用, 以及逐帧动画和交互动画的制作。
6	高级应用	包括关联动画的概念及操作, 以及自定义预置动画的制作与使用。
教学要求: 1. 课程思政: 培养社会责任感、职业道德、创新精神、文化自信、爱国情怀和团队合作能力, 实现专业与思政教育有机结合。 2. 方法手段: 采用理论与实践相结合, 借助 H5 交互融媒体云平台, 使学生掌握 H5 交互融媒体云平台的基础操作及制作方法, 进行模拟训练, 力求做到理论与实践相结合, 将知识传授、职业能力培养有机结合起来, 巩固和加强对知识的理解并学以致用。 3. 考核评价: 课程考核方式为过程考核, 主要教学场所为机房、多媒体课室。选用符合国家要求的高职高专教材。任课教师应具有扎实的 H5 交互融媒体的设计与制作操作能力。		

(4) 用户增长运营实务

开设学期	4	参考学时	40	学分	2.5
------	---	------	----	----	-----

课程目标： 素质目标： 树立用户为中心的运营理念，注重数据驱动与持续优化的增长思维，强化责任意识与合规经营，培养具备创新精神、协作能力与社会责任感的增长运营人才。 知识目标：掌握用户增长的核心模型与方法论；理解用户生命周期管理与增长引擎构建；熟悉主流增长工具与平台的使用；了解用户心理、行为分析与留存策略设计。 能力目标：能够制定并执行用户增长策略与运营计划；具备数据采集、分析与增长实验设计能力；能够运用增长工具开展拉新、激活、留存与转化全链路运营；具备用户洞察与产品优化建议能力。		
主要支撑培养规格： S2 S4 S6 Z10 Z15 N3 N9 N14 N18		
主要内容：		
序号	教学单元	教学内容
1	用户增长概述与模型	用户画像、行为路径分析、需求挖掘与场景适配
2	用户洞察与行为分析	用户画像、行为路径分析、需求挖掘与场景适配
3	获客策略与渠道运营	自然增长与付费获客、渠道选择与效果评估、裂变机制设计
4	用户激活与留存策略	新手引导、激活机制设计、留存体系构建与流失预警
5	转化与变现策略	转化路径优化、定价策略、会员体系与变现模式设计
6	数据驱动与增长实验	数据埋点、A/B 测试、增长仪表盘与迭代优化
教学要求： 1. 课程思政：结合国家数字经济健康发展与用户权益保护政策，引导学生树立用户为本、诚信运营的理念，增强社会责任与合规意识，培养服务实体经济、促进可持续发展的运营人才。 2. 方法手段：采用“案例教学+工具实训+项目实战”相结合的教学模式，依托真实业务场景与增长工具开展实操训练，鼓励学生以团队形式完成从策略设计到效果评估的全流程增长项目。 3. 考核评价：采取过程考核与结果考核相结合的考核方式。过程考核包括课堂参与、团队研讨与演示，线上资源学习，作业等，占 50%；结果考核为期末考查，占 50%。		

（5）品牌经营与管理

开设学期	5	参考学时	40	学分	2.5
课程目标： 素质目标：培养学生“用户需求”至上的意识、品牌意识与工匠精神。培养遵纪守法，忠于国家与组织，热爱国货品牌精神。培养学生的顽强的心理承受能力、锐意创新、坚忍不拔的素养。 知识目标：掌握品牌内涵、种类、定位（内涵、步骤、方法），品牌命名、个性与IP 化策略，设计技巧，整合传播，延伸（内涵、作用、分类、风险）及危机管理。 能力目标：能精准定位产品品牌，设计企业品牌广告语、故事及广告片脚本；具备品					

牌命名、标识与 IP 形象初步设计能力；可策划品牌推广方案，选择传播载体、媒体与策略；能及时处理品牌危机并维护品牌形象；以及运用品牌延伸理论分析实践现象。

主要支撑培养规格：S1 S2 Z4 Z15 N1 N9 N12

主要内容：

序号	教学单元	教学内容
1	品牌概述	品牌的由来、概念；品牌的内涵、作用、功能、构建；品牌的种类、效应和品牌管理。
2	品牌定位	品牌现状分析、品牌定位方法；品牌人格化、品牌定位过程、品牌命名；品牌广告语创作、品牌故事写作。
3	品牌设计	品牌标志设计；品牌 IP 形象设计；品牌个性、品牌广告片设计；品牌终端形象、感官设计。
4	品牌传播与推广	品牌传播概述、载体选择；品牌传播媒体选择；品牌传播方法与策略。
5	品牌延伸	品牌延伸的内涵、方式；品牌延伸的风险管理、品牌进化、扩张。
6	品牌危机管理	品牌危机的内涵、成因、品牌维护；品牌危机处理；品牌保护
7	品牌资产管理	品牌资产的内涵、特点、组成；品牌资产管理方法、提升价值策略；品牌资产价值评估。

教学要求：

1. 课程思政：在课程中融入诚信经营、质量至上等社会主义核心价值观；通过讲述国货品牌故事案例强化家国情怀与文化自信；通过课程实践活动培养创新思维与创业精神。
2. 方法手段：课程采用多元化教学方法：以案例教学剖析品牌经验教训，培养批判思维；模拟经营实战与项目式学习，邀请专家讲座与工作坊拓宽视野。
3. 考核评价：课程考核包括平时过程考核（40%）、期末理论考核（60%）两部分。

（6）客户服务与管理

开设学期	5	参考学时	40	学分	2.5
课程目标： 素质目标：培养职业道德、诚信品质、服务意识与社会责任感，强化尊重客户、遵纪守法的职业态度。 知识目标：掌握客户服务理论、礼仪规范、沟通技巧、投诉处理流程及网络客服技能，熟悉服务创新与安全管理知识。 能力目标：能优化服务流程、解决客户投诉、设计创新服务方案，具备形象管理、应急处理及数据分析能力。					

主要支撑培养规格：S11 S12 Z7 Z11 N11 N21 N22		
主要内容：		
序号	教学单元	教学内容
1	认识客服	识别客户；识别优质客户；识别客服职业；经典客服案列分析。
2	客户服务礼仪	仪容；仪表；仪态；客户电话服务礼仪；名片使用礼仪。
3	客户服务中的沟通技巧	沟通基础知识；身体语言的运用；微表情；察言观色；倾听技巧；提问技巧；有效沟通的语言；说的技巧，服务话术；沟通技巧的课堂实训。
4	客户服务技巧	服务意识和态度；服务心理与品格；客户服务与管理中的基本接待技巧；客户的需求分析：理解和挖掘客户需求、满足客户需求和期望的技巧；微笑服务；赞美技巧；如何拒绝客户；课堂实训：不同行业和业态服务技巧案例分析。
5	不同类型的顾客服务技巧	不同异议类型的客户服务技巧；棘手客户的服务技巧；不同个性特征的客户服务技巧；不同行为模式的客户服务技巧；不同做事风格、不同社交行的客户分类及服务技巧；不同销售氛围、不同气质类型、不同行业客户分类及服务技巧。
6	服务创新	客服满意度；超值服务的内容：顾问式服务，服务个性化；服务人性化，服务体验化、服务科技化；服务理念创新。
7	客户投诉的处理技巧及综合训练	客户投诉的原因；识别投诉；有效处理客户投诉的意义；投诉处理的原则；投诉处理的步骤；投诉带来的危机处理；熟悉技能抽查顾客投诉处理方案标准，撰写投诉处理方案。
8	网络时代的客服	网络客服的概念、特征、优点、缺点；几大有代表性的电商网站服务特色；电商新秀：如直播带货、毒等创新网络服务特色。
9	客服中的安全知识	各种急救知识；各种安全防范知识。
教学要求： 1. 课程思政：通过课程思政活动，强化社会主义核心价值观与职业道德教育。 2. 方法手段：采用情景模拟（如投诉处理角色扮演）、案例分析（如海底捞服务案例）、小组项目（服务创新设计）提升实践能力。 3. 考核评价：平时成绩（课堂参与、实践操作）占 50%，期末笔试（理论+案例分析）占 50%，侧重技能应用与创新思维。		

（7）数据分析与可视化

开设学期	5	参考学时	40	学分	2.5
课程目标： 素质目标：树立数据驱动决策的思维习惯，注重数据伦理与隐私保护，培养严谨求实、科学分析的态度，提升数据素养与责任意识，增强通过数据服务社会、创造价值的能力。 知识目标：掌握数据分析的基本流程、方法与工具；理解数据清洗、处理与建模的基本原理；掌握数据可视化的基本原则与设计方法；熟悉常见数据分析工具与可视化平台的使用。 能力目标：能够独立完成数据采集、清洗、分析与可视化全流程任务；具备使用工具进行描述性、诊断性与预测性分析的能力；能够设计并制作高质量的数据图表与交互式可视化报告；具备数据故事化表达与业务洞察能力。					

主要支撑培养规格：S3 S5 S8 Z11 Z16 N4 N10 N15 N19		
主要内容：		
序号	教学单元	教学内容
1	数据分析基础	数据分析流程、数据类型、数据清洗与预处理
2	描述性统计分析	集中趋势、离散程度、分布形态分析与可视化
3	数据探索与诊断分析	相关性分析、趋势分析、异常检测与原因挖掘
4	数据可视化原理与设计	可视化设计原则、图表类型选择、色彩与布局优化
5	常用可视化工具应用	Excel、Tableau、Power BI 等工具的数据连接、图表制作与仪表盘设计
6	数据故事化与报告撰写	数据叙事结构、报告撰写规范、交互式可视化展示
教学要求： 1. 课程思政：结合国家大数据战略与数字经济发展趋势，引导学生树立数据安全意识与合规意识，增强数据服务社会、赋能实体经济的社会责任感，培养具备科学精神与人文关怀的数据分析人才。 2. 方法手段：采用“案例导入+工具实训+项目实战”相结合的教学模式，依托真实数据集与行业案例开展分析实践，鼓励学生完成从数据采集到可视化报告的全流程项目训练。 3. 考核评价：借助学习通，进行任务点作业布置与课堂的管理，通过课程软件上的操作完成情况构成平时成绩，平时成绩占 50%+期末考查成绩 50%		

（8）新媒体数据分析与应用

开设学期	5	参考学时	40	学分	2.5
素质目标： 培养尊重数据、实事求是、科学严谨的精神和态度，提升团队协作、组织、协调、决策的职业素养，增强数据安全意识，避免数据泄露。 知识目标： 掌握新媒体数据分析的原则、基本步骤、维度、内容和周期；掌握收集新媒体数据的基本流程和方式，以及使用网络爬虫工具采集数据的方法；掌握数据清洗和数据加工的方法；掌握新媒体数据分析报告的写作方法；掌握短视频、直播、微信公众号、微博、今日头条运营数据分析的方法。 能力目标： 能够通过多种方式收集新媒体数据；能够清洗与加工新媒体数据；能够运用多种方法分析新媒体数据；能够撰写新媒体数据分析报告；能够对短视频、直播运营、微信公众号、微博、今日头条等新媒体运营数据进行分析。					
主要支撑培养规格：S1 S2 S3 S4 Z6 Z15 N4 N7 N18					
主要内容： 说明：讲解新媒体数据分析的基本理论，新媒体数据的收集、处理、分析及可视化的应用技能，新媒体数据分析报告的写作方法，以及短视频、直播、微信公众号、微博、今日头条等主流新媒体平台账号运营数据分析与应用的方法。					
序号	教学单元	教学内容			
1	新媒体数据分析	①数据分析对内容运营的价值；②主流平台数据指标解析（阅读			

	概述	量/完播率/转化率)；③行业伦理与法律边界
2	新媒体数据的收集与处理	①平台后台数据导出；②第三方工具采集；③问卷星与用户行为埋点设计；④异常值识别与处理；⑤数据标准化
3	新媒体数据的分析与可视化	①用户画像构建；②内容传播效果归因；③漏斗模型分析；④信息图表类型选择；⑤PPT 数据故事化表达技巧
4	新媒体数据分析报告的写作	①报告框架搭建；②数据解读话术训练；③行业标杆报告拆解
5	短视频运营数据分析与应用	①爆款视频指标拆解；②选题热度预测（热点追踪）；③Dou+投放效果优化策略
6	直播运营数据分析与应用	①直播间流量结构解析（自然流量/付费流量）；②粉丝互动质量评估（弹幕情感分析）；③GMV 提升的关联指标优化
7	微信公众号运营数据分析与应用	①推文传播力诊断（打开率/分享率）；②菜单栏使用热力图分析；③粉丝留存率提升策略
8	微博运营数据分析与应用	①热搜话题参与度评估（话题主持人工具）；②粉丝增长质量监控（僵尸粉识别）；③品牌蓝 V 运营指数解读
9	今日头条运营数据分析与应用	①推荐算法关键因子解析（点击率/阅读时长）；②微头条内容优化（话题标签策略）；③悟空问答数据价值挖掘
教学要求： 1.课程思政： 在数据采集与分析中坚守法律底线与行业伦理，以社会主义核心价值观为导向，运用创新算法挖掘正向传播价值，培养用技术驱动行业健康发展的责任意识。 2.方法手段： 采用讲授法、讨论法、验证法、视频演示法、案例分析法、实践练习法等教学方法，在教学过程中，应立足于加强学生实际应用能力和职业素质的培养，通过实训教学、以工作任务引领提高学生学习兴趣，激发学生的成就动机。 3.考核评价： 课程考核包括平时过程考核、期末考核两部分。 （1）平时过程成绩占 50%。 （2）期末考核成绩占 50%。		

（9）销售管理

开设学期	5	参考学时	32	学分	2
课程目标： 素质目标： 培养学生爱岗敬业、公平公正的职业操守与奉献社会的责任感。 知识目标： 掌握销售管理全流程核心内容 能力目标： 解决实际业务问题并提升销售效能。					
主要支撑培养规格：S1 S2 Z14 N4 N7					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	走进销售职业	认识销售并了解销售工作的类型和销售管理的内涵。			
2	销售过程管理	客户购买七个步骤。			
3	销售规划与	认识销售计划、销售预测、销售配额、销售预算的含义。			

	设计	
4	销售区域管理	销售区域含义、销售区域目标、销售区域设计、销售区域开发等基本知识。
5	销售组织建设	不同销售组织的类型及其优缺点。
6	销售人员的甄选、培训与薪酬	销售人员的胜任力模型和销售人员招聘各环节的主要知识。
7	销售人员的激励与绩效考评	销售人员的行为模型，激励的主要理论，销售人员绩效考评的含义、原则和体系内容。
8	销售货品管理	了解订单的种类和订单报价的主要因素，理解发货、退货的主要环节。
9	客户关系管理	客户关系管理的相关知识。
10	销售服务管理	认识客户咨询服务内容和服务要求。
11	销售分析与评估	销售额分析的主要内容。
教学要求： 1. 课程思政：本课程以“立德树人”为根本任务，将社会主义核心价值观、职业精神与专业培养深度融合，通过教学内容、活动设计与思政元素的有机联动，引导学生树立正确的职业价值观、社会责任感和文化自信。 2. 方法手段：采用“项目驱动、任务导向”的教学模式。 3. 考核评价：课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。平时学习过程成绩占40%；期末考试成绩占60%。		

(10) 传播学

开设学期	5	参考学时	40	学分	2.5
课程目标： 素质目标：通过学习本课程，能够增强学生的媒介素养，能够运用传播学的基本理论解决实际问题，培养学生把所学的专业知识与传播理论相结合，使其在应用实践中有深入的理论依据，学会在学习的同时大胆质疑，不迷信既有的理论，充分结合我国的传播实践，最终达到用传播原理指导所学专业业务的程度。 知识目标：使学生了解传播学的基本结构和基本概念、基本理论的体系。 能力目标：通过学习，能够运用传播学的理论与方法，分析和评价当前数字媒体在社会中传播的现象，解析数字传播中的问题。					
主要支撑培养规格： Z12 Z16 N17					
主要内容： 本课程系统讲授传播学基础理论，涵盖人类传播概述、人际传播、组织传播、大众传播、跨文化传播及传播制度与媒介规范理论。结合全媒体广告行业新业态，融入大数据分析、社交媒体传播等新技术与新工艺，探讨网络传播伦理等新标准，培养学生在新媒体环境下的传播思维与实践能力，为广告策划与营销提供理论支撑。					
序号	教学单元	教学内容			

1	人类传播概述	①传播的定义、人类传播的历史；②传播的基本过程，传播的构成要素、类型、过程模式；③传播学基本概念及研究方法。
2	人际传播	①人际传播的定义、特点和社会功能；②人际传播的技巧；③人际传播与自我表达。
3	组织传播	①组织传播的定义、结构特点和社会功能；②组织传播过程与机制；③重要组织学派及其组织传播；④组织传播与群体传播的区别和联系。
4	大众传播	①大众传播的定义、特点、社会功能；②大众传播媒介及大众传播影响；③几种重要的媒介控制理论；④大众传播效果理论；⑤大众传播的受众。
5	跨文化传播	①跨文化传播定义；②文化模式与传播方式；③跨文化传播中的障碍；④跨文化传播技能。
6	传播制度与媒介规范理论	①传播制度与媒介控制；②传播制度的几种规范理论。
教学要求： 1. 课程思政： 融入课程思政，引导学生树立正确的传播价值观，增强社会责任感，培养诚信意识和团队协作精神，提升跨文化传播能力，助力学生成为有担当的传播人才。 2. 方法手段： 采用线上线下混合式教学，结合案例分析、小组讨论、课堂互动、实践操作等方法，提升学生参与度与学习效果，培养理论与实践相结合的能力。 3. 考核评价： 课程考核包括平时过程考核、期末理论考试两部分。平时考核：包括课堂出勤、发言讨论、作业完成和德育素养五个部分，评价标准以超星、学银在线等平台记录的数据及教师课堂记录为主要依据。期末考试：采用闭卷考试理论方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为笔试。		

5 专业集中实训模块

(1) AIGC 综合工坊实训

开设学期	2	参考学时	24	学分	1
课程目标： 素质目标： 树立 AIGC 技术的创新应用意识与社会责任感，注重技术伦理与版权规范，培养跨领域协作、项目驱动与持续学习的综合素养，提升在数字内容创作中的审美能力与价值判断力。 知识目标： 掌握 AIGC 技术在文本、图像、音频、视频等领域的应用原理与工具操作；理解多模态内容生成与融合的技术逻辑；熟悉 AIGC 内容评估、优化与版权管理的基本规范；了解 AIGC 在不同行业的落地场景与发展趋势。 能力目标： 能够综合运用 AIGC 工具完成跨媒体内容创作项目；具备多模态内容生成、编辑与合成的实操能力；能够开展 AIGC 内容的质量评估与优化调整；具备 AIGC 项目策划、执行与展示的能力。					
主要支撑培养规格： S7 S9 S11 Z14 Z18 N8 N12 N16 N20					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	文本生成与编辑工坊	AI 写作、摘要、翻译、风格迁移与内容优化实操			

2	图像生成与视觉设计工坊	AI 绘图、风格转换、海报设计、IP 形象生成实践
3	音频生成与合成工坊	AI 语音合成、音乐生成、音效设计、配音与剪辑实践
4	视频生成与智能剪辑工坊	AI 视频生成、镜头合成、特效添加、智能剪辑与配音实践
5	多模态融合与项目实战	图文音视频融合创作、AIGC 项目策划、全流程执行与展示
教学要求： 1. 课程思政：结合国家人工智能创新发展战略与文化自信建设要求，引导学生树立正确的技术观与创作观，增强文化传承与创新意识，培养具备社会责任、审美素养与技术伦理的 AIGC 应用人才。 2. 方法手段：采用“项目驱动+工坊实训+行业导师指导”相结合的教学模式，依托真实项目案例与 AIGC 平台开展跨媒体创作实践，鼓励学生以团队形式完成从创意到成品的综合实训项目。 3. 考核评价：工坊实训表现（30%）+ 项目作品与展示（50%）+ 期末综合报告（20%）。		

（2）AI 智能图像制作实训

开设学期	3	参考学时	24	学分	1
素质目标：培养学生良好的职业素养和团队协作能力，具备创新思维和实践能力，能够独立完成平面广告设计项目，同时具备较强的责任心和沟通能力。 知识目标：熟练掌握平面广告设计的全流程知识，包括项目策划、创意构思、素材采集与处理、版面设计、色彩搭配、文字排版等；熟悉广告设计的行业标准和规范；掌握多种设计软件的综合应用技巧。 能力目标：学生能够结合实际项目需求，独立完成平面广告设计任务，包括创意策划、设计制作、项目优化等；能够高效运用设计软件进行图像处理、图形绘制、排版设计等操作；能够对设计作品进行有效的评估与优化，并具备一定的项目管理能力。 主要支撑培养规格：S1-S8 Z9-Z13 N10-N12					
主要内容说明：本课程以实践操作为核心，旨在通过项目驱动式教学，帮助学生系统掌握视频编辑与制作的全流程技能，培养学生的实战能力与创新思维。课程内容紧密结合行业实际需求，注重将理论知识与实践操作深度融合。课程主要涵盖视频拍摄与素材采集、视频剪辑与创意表达、视频特效与后期合成等内容。课程内容体现新业态、新技术、新工艺新标准等要求相关知识。					
序号	教学单元	教学内容			
1	海报设计实训	①海报设计的特点与应用场景；②创意构思与视觉冲击力的营造；③文字与图像的结合技巧；④实训任务：设计一款活动海报			
2	宣传网页设计实训	①宣传网页的结构与布局；②信息传达的简洁性与有效性；③色彩搭配与视觉引导；④实训任务：设计一款产品宣传网页			
3	杂志广告设计实训	①杂志广告的版式特点与阅读习惯；②高精度图像处理与排版；③品牌风格的体现与融合；④实训任务：设计一款杂志广告			
4	社交媒体广告设计实训	①社交媒体广告的特点与传播规律；②移动端视觉设计要点；③互动性与创意表现；④实训任务：设计一款社交媒体广告			
5	品牌标志设计实训	①品牌标志的意义与功能；②简洁性与辨识度的平衡；③标志的延展性设计；④实训任务：设计一款品牌标志			

6	综合项目实训	①整合多种平面广告类型的设计要点；②项目策划与整体设计流程；③团队协作与项目管理；④实训任务：完成一个完整的品牌推广平面广告系列
教学要求： 1. 课程思政： 拒绝不正当广告竞争、严格遵守广告法、符合社会主义核心价值观、勇于创新和探索、乐于奉献、爱岗敬业。 2. 方法手段： 采用任务驱动法，老师布置任务，学生独立完成设计，最后生成实训作品；结合多媒体演示与实操练习；组织学生进行作品展示与互评，邀请行业专家进行项目指导与评审。 3. 考核评价： 课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。 （1）平时过程成绩占 50%。 （2）期末考试成绩占 50%。		

（3）直播实训

开设学期	3	参考学时	24	学分	1
课程目标： 素质目标： 培养学生爱岗敬业、乐于奉献的工作精神；培养学生吃苦耐劳、一丝不苟的职业精神。培养学生勇于创新、坚持不懈、团结协作、善于沟通的个人素养。 知识目标： 了解直播的基本知识，熟练掌握直播几个要素，掌握直播推广（带货）的基本操作流程以及技巧。 能力目标： 通过实训，能够运用直播知识与技术对某产品写出直播方案，并能借助直播室工具在抖音等平台上进行直播实践。					
主要支撑培养规格：S1 S2 S5 Z14 Z16 N1 N2 N3					
主要内容： 说明： 本课程系统地介绍了直播销售的相关知识，包括认识直播销售、提升主播素养、选择直播商品、做好直播准备、开展直播、直播复盘等。					
序号	教学单元	教学内容			
1	实训动员、分组、视频号规则讲解	①专业老师根据课程教学目标，布置实训期间的主题和任务。 ②学生 3-5 人一组，每个小组选出小组长，分工合作总结收集资料。③成立活动组委会，选出负责人，汇总整理各小组的直播运营推广数据，了解每个小组的进展情况。			
2	直播选品与橱窗管理	①进行选择直播商品，独立完成直播商品的选择；②根据商品信息提炼商品核心卖点；③编写商品销售话术，促进商品的销售。			
3	直播脚本撰写、直播推广海报制作	①根据直播需求搭建直播场景；②结合商品撰写完整的直播脚本；③撰写直播标题和直播宣传文案。			
4	直播间策划、直播筹	制作有趣、吸引力强的直播预告短视频。			

	备	
5	直播前 预热、直播实 施	开展直播，能够开展农产品直播，提升农产品知名度，能够开展生活用品直播，促使用户下单，能够开展服装直播，激发用户的购买欲望。
6	直播二 次传播，直播 复盘	①查询并处理商品订单；②在直播电商平台上创建粉丝群；③通过直播后台和第三方工具查看并分析直播数据。
教学要求： 1. 课程思政：培养学生吃苦耐劳、遵纪守法、服务乡村振兴、能适应社会各种环境及善于抵抗风险和挫折的职业素养。 2. 方法手段：本课程采取现场示范、学生观摩和自身实践三者结合的教学方法。以某产品（品牌）直播为例，讲学做一体，重在对学生实践操作能力的培养，实现“以理论指导实践，以实践来深化理论”的跨越。 3. 考核评价：课程考核方式以过程考核为主结合直播实践效果。 （1）小组实训总结报告书 （2）小组实训作业：包括撰写直播脚本，制作直播海报 （3）个人实训报告		

（4）短视频拍摄与编辑实训

开设学期	4	参考学时	24	学分	1
素质目标：在学习和实践中凝练求真务实、踏实严谨的工作作风，学生要有独立思考的学习习惯，要严格遵循行业标准、影视拍摄国家标准，树立良好的职业道德。 知识目标：掌握短视频拍摄的基本理论，熟悉不同拍摄设备的性能与操作，掌握镜头语言的运用，了解拍摄构图、光线运用、色彩搭配等基础知识，掌握拍摄计划的制定与执行，了解短视频平台的规则与要求。 能力目标：掌握短视频拍摄的基本技能，能够独立完成拍摄任务，具备良好的镜头感和画面感，熟悉拍摄流程与技巧，能够根据创意策划进行有效的拍摄，具有一定的拍摄创新能力和团队协作能力，能独立完成短视频拍摄工作。 主要支撑培养规格： S1-S8 Z9-Z13 N10-N12					
主要内容说明：课程内容以实际项目为导向，涵盖短视频拍摄的全流程操作，包括项目策划、拍摄设备选择与操作、镜头语言运用、拍摄技巧、光线与构图、色彩搭配、拍摄计划制定与执行等。课程注重培养学生的实践能力和创新思维，通过真实项目训练，帮助学生掌握从创意到拍摄完成的完整流程。					
序号	教学单元	教学内容			
1	短视频拍摄基础实训	①短视频的特点与平台规则；②拍摄设备的选择与操作；③镜头语言的基础知识；④拍摄构图与光线运用；⑤实训任务：拍摄一段基础短视频			
2	创意拍摄实训	①创意策划与脚本撰写；②拍摄技巧与镜头运用；③光线与色彩的搭配；④拍摄计划的制定；⑤实训任务：拍摄一条创意短视频			
3	故事性短视频拍摄实训	①故事性短视频的叙事结构；②角色与场景的拍摄技巧；③镜头语言在故事中的运用；④拍摄节奏与情感表达；⑤实训任务：拍摄一条故事性短视频			
4	产品拍摄实训	①产品拍摄的构图与光线；②产品细节的拍摄技巧；③背景与环境的搭配；④拍摄计划与执行；⑤实训任务：拍摄一条产品短视频			

5	Vlog 拍摄实训	①Vlog 的特点与拍摄风格；②手持拍摄技巧与防抖方法；③第一人称视角的拍摄；④Vlog 的剪辑与叙事；⑤实训任务：拍摄一条 Vlog
6	综合项目实训	①整合多种短视频类型的设计要点；②项目策划与整体设计流程；③团队协作与项目管理；④实训任务：完成一个完整的短视频拍摄项目
教学要求： 1. 课程思政： 强调版权保护意识，拒绝盗用素材；倡导创新与原创精神，遵守行业道德规范；培养学生的职业责任感和社会责任感。 2. 方法手段： 采用任务驱动法，老师布置任务，学生独立完成拍摄，最后生成实训作品；结合多媒体演示与实操练习；组织学生进行作品展示与互评，邀请行业专家进行项目指导与评审。 3. 考核评价： 课程考核包括平时过程考核、期末考核两部分。 (1) 平时过程成绩占 50%。 (2) 期末考核成绩占 50%。		

(5) 新媒体运营实训

开设学期	4	参考学时	24	学分	1
课程目标： 素质目标： 树立新媒体内容创作与传播的社会责任意识，强化网络文明与传播伦理，注重用户互动与品牌价值建设，培养具备创新思维、协作精神与正向价值观的新媒体运营人才。 知识目标： 掌握新媒体平台运营的基本规则与内容生态；理解用户画像、内容策略与传播机制；熟悉主流新媒体工具与数据分析方法；了解新媒体变现模式与行业发展趋势。 能力目标： 能够独立运营至少一类新媒体平台账号；具备内容策划、编辑、发布与互动的实操能力；能够开展用户增长、社群运营与活动策划；具备数据监测、效果分析与优化调整能力。					
主要支撑培养规格：S2 S4 S6 Z9 Z13 N3 N7 N11 N17					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	新媒体运营基础与平台规则	主流平台特性、账号搭建、内容规范与运营逻辑			
2	用户运营与互动管理	图文、短视频、直播等内容形式策划与制作实践			
3	新媒体推广与增长策略	用户画像分析、粉丝互动、社群建设与活动策划			
4	数据监测与效果分析	流量获取、付费推广、合作联动与裂变增长实践			

教学要求：

1. 课程思政：结合国家网络内容治理与媒体融合发展政策，引导学生树立正确的舆论导向与传播价值观，增强文化自信与社会责任感，培养传播正能量、服务社会的新媒体运营人才。

2. 方法手段：采用“真实账号+任务驱动+行业案例”相结合的教学模式，依托企业或品牌新媒体项目开展实训，鼓励学生以小组形式完成从策划到复盘的全流程运营任务。

3. 考核评价：平时任务完成情况（30%）+ 账号运营成果与数据报告（40%）+ 期末综合项目展示（30%）。

（6）数智营销专业技能综合实训

开设学期	5	参考学时	48	学分	2
课程目标： 素质目标：具备良好的思想品德素质与法律意识；具备吃苦耐劳、乐观进取、敬业爱岗的工作态度；具有良好的营销意识与观念。 知识目标：掌握营销专业、竞争对手分析、SWOT 分析、消费者行为分析等基础知识；掌握营销人员必备的推销、谈判的技能，全媒体营销推广方案撰写、利用 AI 工具制定媒体文案作品、利用 AI 工具进行短视频的剪辑与处理、调研方案设计、调研报告撰写。 能力目标：具有市场环境变化的洞察能力、市场开拓的能力和运用专业知识进行营销方案设计的能力。					
主要支撑培养规格：S1 S2 Z11 Z12 Z13 Z15 Z16 N3 N6 N7 N9 N11 N12					
主要内容：					
序号	教学单元	教学内容			
1	市场调研	调研背景与目的，调研方法，资料收集方法，问卷设计，调研方案设计；分析数据；调研报告内容、要素；调研的目的与方法；调研报告的对策建议，撰写调研方案。			
2	推销技巧	撰写推销方案, 产品现场推销。			
3	全媒体营销推广方案策划	根据行业背景分析，推广对象分析，竞品分析，SWOT 分析，推广目标设计，推广内容设计全媒体推广方案			
4	智能文案创作	利用 AI 工具制定不同类型的媒体文案作品			
5	短视频智能制作	利用 AI 工具进行短视频的剪辑与处理			

教学要求：

1. 课程思政：通过不同的活动策划方案将家国情怀、诚信经营、社会责任、法律意识、创新奋斗精神及全球视野等思政元素贯穿始终，实现专业技能提升与价值观塑造的协同。
2. 方法手段：采用任务驱动教学法，提高学生学习的目的性与主动性，提高学生解决实际问题能力；利用多媒体、视频等教学手段，提高课堂教学效率。
3. 考核评价：考核由实训报告及自我评价（20%）和策划方案及情景模拟（80%）两部分组成。

（7）毕业教育

开设学期	5、6	参考学时	学分
课程目标： 素质目标： 树立正确的人生观、价值观、择业观，培养良好的职业道德，培养学生职业素养与正确行为规范，提升就业竞争力。 知识目标： 了解当前就业形势和就业政策，了解创业相关政策，熟悉全媒体职业道德和职业素养的要求，掌握择业面试技巧。 能力目标： 能对就业面临的问题进行处理，能做好初次就业的心理准备，能够修饰仪表仪容和制作、填写相关就业简历。			
主要支撑培养规格： Z6 Z7-Z10 N2 N6			
主要内容： 本课程紧跟全媒体广告行业前沿动态，融入新业态下的数字营销理念，涵盖大数据精准投放、AI 智能创意生成等新技术，讲解短视频、直播带货等新工艺流程，结合最新广告法规与行业标准，培养适应全媒体时代的广告策划与营销专业人才，提升学生综合职业素养与创新能力。			
序号	教学单元	教学内容	
1	就业形势与政策解读	当前全媒体广告行业的就业形势分析；国家与地方就业创业政策解读；行业发展趋势与职业机会。	
2	职业素养与职业道德	正确的择业观与职业价值观；广告行业职业道德规范；职业素养要求（沟通能力、团队协作、创新思维等）。	
3	就业面临的主要问题与应对策略	就业过程中常见的问题（竞争压力、岗位匹配等）；应对策略与解决方案；职业规划与个人定位。	
4	初次就业的心理准备	就业前的心理调适；应对职场压力的方法；职场适应能力培养。	
5	就业创业面试技巧	面试流程与注意事项；面试技巧与沟通能力提升；创业项目展示与路演技巧。	

教学要求：
1. 课程思政： 引导学生树立正确就业观、职业观，培养敬业精神、诚信品质和社会责任感，增强就业创业信心，助力学生成长为有理想、有担当的职场新人。
2. 方法手段： 本课程以本校教师与校外专家讲座的授课方式对学生在毕业前进行的一次比较全面系统的思想教育，多媒体音频和视频等教学方式和手段，提高教学的实效性。毕业教育质量的好坏对毕业生就业工作起着不可估量的作用，在一定程度上能辅助毕业生勇敢地走向社会，融入社会。
3. 考核评价： 课程与毕业设计实习一起参与考核，不单独考核。主要教学场所为多媒体教室。任课教师应具有扎实理论基础和毕业教育经验。

(8) 毕业设计

开设学期	5、6	参考学时	24	学分	6
课程目标： 素质目标：培养学生树立实事求是的科学态度；勤奋严谨、团结协作的工作作风。 知识目标：掌握毕业设计方案撰写的基本方法；了解毕业设计成果制作的基本流程。 能力目标：能在老师的指导下独立完成体现专业特色的毕业设计方案；能及时总结毕业设计对专业课程学习的收获与不足。					
主要支撑培养规格：S1 S2 S3 S5 S8 Z1 Z2 Z3 N1 N2 N3 N4					
主要内容：					
序号	教学单元		教学内容		
1	方案制作		选题，制作任务书、撰写成果初稿		
2	过程管理与检查		指导教师初查、教研室中期检查		
3	方案审核		三级审核并上传全套资料		
4	答辩		由专业教师组成答辩委员会进行毕业设计答辩		
5	成绩评定		根据方案成果质量和答辩成绩评定综合成绩		
教学要求： 1. 课程思政：融科学精神于毕业设计实践，培育实事求是、严谨求真的学术态度；强化团队协作与创新能力，总结专业成长中的家国情怀与社会责任担当。 2. 方法手段：采取校内校外相结合的形式、线下指导、线上沟通。 3. 考核评价：成果成绩占 40%，答辩成绩占 60%，采用五级制进行评定。					

(9) 岗位实习

开设学期	5、6	参考学时	576	学分	24
课程目标： 素质目标：培养本专业基本的岗位操守和职业素养；培养严谨、诚信的从业意识。 知识目标：了解实习企业的企业文化；掌握基本的业务流程。 能力目标：具备基本的分析问题、解决问题的能力 and 一定的实习岗位业务操作能力。					
主要支撑培养规格：S1 S2 S3 S4 S5 S8 Z1 Z2 Z3 Z4 Z6 N1 N2 N3 N4 N5					
主要内容：					
序号	教学单元		教学内容		
1	实习动员		实习动员及安全知识讲座		
2	企业文化		了解企业文化及发展历程、行业动态，熟悉企业主营业务、主要服务范围、主要产品及营销手段、方法		
3	岗位实习		深入相关工作岗位，学习岗位操作要领和要求		
4	职业道德		树立严谨、诚信的从业意识和团队精神		
5	实习报告		成绩评定，撰写实习报告		
教学要求： 1. 课程思政：融职业道德于岗位实践，培育诚信担当与家国情怀；通过企业文化认知与业务流程操作，强化社会责任感与职业胜任力，培养知行合一的技术技能人才。 2. 方法手段：坚持理论联系实际，学习业务流程和行业新技能；参加业务跟岗实践，完成规定的各项实习任务。线上线下同时进行，实施过程管理和指导。 3. 考核评价：按实习期间表现分为优、良、中、及格、不及格五等。					

七、教学进程总体安排

(一) 教学进程周次安排及教学活动时间分配表

表 7 教学进程周次安排及教学活动时间分配总表

学期		一	二	三	四	五	六	总计
理论教学 (理实一体)		17	17	18	18	12	0	82
实践教学	军事技能	2	0	0	0	0	0	2
	实训课程	0	0	0	0	0	0	0
	岗位实习	0	0	0	0	10	14	24
毕业设计		0	0	0	0	1	1	1
考试/毕业教育		2	2	2	2	1	1	10
教学周数合计		21	19	20	20	24	16	120
寒暑假周数		4	7	5	8	0	0	24
总计		25	26	25	28	24	16	144
备注		1. 三年 6 学期总教学活动周共 120 周。 2. 新生第 1 学期 1-2 周为军事技能训练、入学教育等教学活动。 3. 每学期停课实训不超过两周；在第二学期的暑假安排一周的“劳动实践”，不单独计学分和学时。 4. 认知实习原则上在专业课开始时安排，集中授课的实训课程、岗位实习根据专业教学进度安排，岗位实习一般为 6 个月。						

（二）教学进程表

1.公共基础课程模块教学进程表

表二 公共基础课程模块教学进程表（2026级）																	
课程性质	课程编号	课程名称	课程代码	课程类别	课程学分	课程学时		年级/学期/理论课周数/周课时						考核方式		备注	
						总学时	其中 理论学时 实践学时	一学年		二学年		三学年		考试	考查		
								1	2	3	4	5	6				
公共基础课程（必修）	1	思想道德与法治	2622010001013001	A	3.0	48	48			4*12					2		①
	2	东思想和中国特色社会主义理论体系	2622010001023002	A	2.0	32	32			2*16					1		
	3	近平新时代中国特色社会主义思想概	2622010001033003	A	3.0	48	48			4*12					2		
	4	形势与政策	2622010001043004	A	1.0	40	40			2*4	2*4	2*4	2*4	2*4		1-5	②
	5	思政实践	2622010001053005	C	1.0												③
	6	军事技能	2612810001013001	C	2.0	112		112	2周								
	7	军事理论	2612410001013001	A	2.0	36	36							4*9		4或5	④
	8	大学体育（一）	2622810001013001	B	2.0	32	4	28	2*16							1	
	9	大学体育（二）	2622810001023002	B	2.0	32	4	28	2*16							2	
	10	大学体育（三）	2622810001033003	B	1.5	24	4	20			2*12					3	
	11	大学体育（四）	2622810001043004	B	1.5	24	4	20				2*12				4	
	12	大学生心理健康	2612810001023002	A	2.0	32	32			2*16						2	⑤
	13	劳动教育（劳动实践）	2612810001033003	B	1.0	16	14	2	2*8							2	⑥
	14																
	15	安全教育	2622010001063006	B	1.0	24	8	16	2*4							1	⑦
	16	大学英语（一）	2623210001013001	B	4.0	64	48	16	2*16							1	⑧
	17	大学英语（二）	2623210001023002	B	4.0	64	48	16	2*16							2	
	18	生涯与就业指导	2621810001013001	B	2.0	32	20	12	2*8			2*8				1、4	⑨
	19	创业教育（上、下）	（上）2621810001023002 （下）2621810001033003	B	2.0	32	20	12	2*10 2*6							1、2	⑩
	20	第二课堂	2641010001013001	C	6.0												⑪
小计						43.0	692	410	282	16	14	4	6	6			
公共基础课程（限选）	21	红色潇湘	2622010002013001	A	2.0	32	24	8	2*12							1	限选2学分⑫
	22	中国共产党历史	2622010002023002	A	1.0	16	16									4	
	23	新中国史	2622010002033003	A	1.0	16	16									4	
	24	改革开放史	2622010002043004	A	1.0	16	16									4	
	25	社会主义发展史	2622010002053005	A	1.0	16	16									4	
	26	马克思主义基本原理	2622010002063006	A	1.0	16	16									4	限选6学分⑬
	27	中华优秀传统文化	2622410002013001	B	2.0	32	20	12	2*16							2	
	28	湘商文化	2622410002023002	B	1.0	16	12	4	2*8							1或2	
	29	大学语文	2622410002033003	B	2.0	32	20	12	2*16							1或2	
	30	应用文写作	2622410002043004	B	2.0	32	16	16	2*16							1或2	
	31	经济数学	2622410002053005	B	2.0	32	20	12	2*16							1	
	32	高等数学	2622410002063006	B	4.0	64	48	16	4*16						1		
	33	美育	2641010002013001	A	1.0	16	16		2*8							1	
	34	口才与沟通	2622410002073007	B	2.0	32	16	16	2*16							2	
	35	商务礼仪	2622410002083008	B	2.0	32	16	16	2*16							2	
	36	人工智能应用基础	2622410002093009	B	3.0	48	24	24	3*16							2	限选3学分
	37	信息技术素养	2622410002103010	B	3.0	48	24	24	3*16							2	
小计						11	176	100	76	4.0	7.0	0.0	0.0	0.0			
课程升降在	38	校内公共任选课程	2612420003993099		4.0	64	64			0	0	0	0	0		1-6	⑭
	小计					4.0	64	64		0	0	0	0	0			
合计						58.0	932.0	574.0									
备注：①课程类别：A：纯理论课，B：（理论+实践）课，C：纯实践课。																	
②2+4表示每周2学时，开4周课。其它课程类同。																	
③“思政实践”1学分，第1-2学期利用课余时间各开设安排1周思政实践，不单独计学时。																	
④“军事技能”新生入学后开设，共15天，学工部负责，入学教育在军训空余时间由各专业安排人员进行，不单独计学分；“军事理论”由各专业根据课程安排情况于第1学期与军事技能同步开设或第4学期或第5学期开设。																	
⑤大学生心理健康课程商务校区第1学期会计学院、电商学院、大数据与会计三二转段、茶艺与茶文化三二转段，第2学期经贸学院、信息学院、茶学院；外贸校区第1学期国际商务学院、旅游管理学院、旅游管理（三二转段）专业开设，第2学期商务外语学院、国际物流学院，艺术学院，软件技术（三二转段），数字媒体艺术设计（三二转段），广播影视制作（三二转段）专业开设。																	
⑥“劳动教育”主要开展“劳动精神、劳模精神、工匠精神”等专题教育；劳动实践由学工部根据《湖南商务职业技术学院劳动实践课程管理办法》进行管理考核，在第2学期的暑假安排一周，不单独计学分和学时。																	
⑦“国家安全教育”课程4课时线下讲座、4课时线下实践、8课时线上授课，马院负责。																	
⑧“大学英语”第1、2学期开课，国际经济与贸易、国际商务、跨境电商、商务英语、商务英语、应用日语、应用韩语、应用法语、应用俄语、应用西班牙语、港口与航运管理11个涉外类专业全部学时采用线下课堂教学方式，每学期线下各64学时；其他非涉外类专业采用线上与线下相结合的教学方式，每学期线上、线下各32学时；考核方式全院统一考查。																	
⑨“生涯与就业指导”全院第1学期开设“大学生涯规划”模块，16学时；全院第4学期开设“职业发展与就业指导”模块，16学时。																	
⑩“创业教育”共32学时，全院各专业其中第1学期开设“创业教育（上）”为理论教学20学时，实施大班授课；第2学期开设“创业教育（下）”为实践教学12学时，实施小班授课。																	
⑪“第二课堂”，6学分，每年2学分，不单独计学时。承担部门：校团委（依据：中国共产党主义青年团中央委员会《深化高校共青团“第二课堂成绩单”制度工作指引》。																	
⑫“红色潇湘”，2学分，32学时，其中线下24学时，线上8学时。与“中国共产党历史”“新中国史”“改革开放史”“社会主义发展史”“马克思主义基本原理”一起限选2学分。																	
⑬公共基础课程（限选）详见附件《2026级商务校区各专业公共课程开设学期表》																	
⑭校内公共任选课程 详见“附表6：公共任选课程一览表（线上部分）”，主要开设人文社科类（包括金融知识、人口资源、海洋科学、节能环保、语言、心理学、职业素养、社会责任等）、公共艺术类（包括传统文化、鉴赏等）、工程技术类（初识人工智能、带你玩转VR虚拟现实、生活中的工业设计等）和其他类（管理等）等全校性公共选修课程。学生需修满4个公共任选课程学分方可毕业，其中公共艺术类学分不少于2分；艺术、管理、服务等领域专业需选修工程技术类课程不少于2学分，生产、制造、工程等领域专业需选修人文社科类课程不少于2学分。根据“学分银行管理办法”，学生参加社会实践等活动（志愿服务、社会公益类；社会调查、挂职锻炼类；勤工助学类；职业素养、素质拓展与职业技能培训类等，经相关部门考核认定后，记入学生学分。																	

2.专业基础及核心课程模块教学进程表

表三 专业基础及核心课程模块教学进程表																	
课程性质	课程编号	课程名称	课程代码	课程类别	课程学分	课程学时			年级/学期/理论课周数/周课时						考核方式		备注
						总学时	其中		一学年		二学年		三学年		考试	考查	
							理论学时	实践学时	1 16	2 17	3 18	4 18	5 12	6 0			
专业基础课程（必修）	1	市场营销	2620805306063001	B	4.0	64	40	24	4.0							1	
	2	习近平经济思想概论	2620805306063002	B	2.0	32	28	4	2.0							1	
	3	消费者行为学	2620805306063003	B	3.0	48	32	16	3.0							1	
	4	经济学基础	2620805306063004	B	3.0	48	34	14		3.0							2
	5	经济法	2620805306063005	B	2.5	40	28	12		3.0							2
	6	摄影与摄像基础	2620805306063006	B	2.5	40	24	16		3.0							2
	7	企业经营管理	2620805306063007	B	2.5	40	28	12				3.0				4	
小计					19.5	312	214	98	9	9	0	3	0	0			
专业核心课程（必修）	1	市场调查	2620805306063008	B	3.0	48	28	20			3.0					3	
	2	AI智能图像处理与智能设计	2620805306063009	B	3.0	48	20	28			3.0						3
	3	AI新媒体文案创作	2620805306063010	B	3.5	56	20	36			4.0						3
	4	新媒体营销	2620805306063011	B	3.0	48	20	28			3.0						3
	5	数字营销	2620805306063012	B	2.5	40	20	20			3.0						3
	6	AI视频生成与智能剪辑	2620805306063013	B	3.0	48	20	28				3.0					4
	7	广告创意与策划	2620805306063014	B	3.0	48	20	28				3.0					4
	8	推销与谈判	2620805306063015	B	3.0	48	20	28				3.0					4
小计					24.0	384	168	216	0	0	16	9	0	0			
合计					43.5	696	382	314	9	9	16	12	0	0			

3.专业能力拓展选修课程及集中实训模块教学进程表

表四 专业拓展选修课程模块及专业集中实训课程模块教学进程表																	
课程性质	课程编号	课程名称	课程代码	课程类别	课程学分	课程学时			年级/学期/理论课周数/周课时/实训周						考核方式		备注
						总学时	其中		一学年		二学年		三学年		考试	考查	
							理论学时	实践学时	1	2	3	4	5	6			
						16	17	18	18	12	0						
专业拓展课程（选修）	1	数字营销策划	2620805306063016	B	2.5	40	16	24				3.0				4	4选2
	2	市场营销策划	2620805306063017	B	2.5	40	16	24				3.0				4	
	3	智能交互内容设计与开发	2620805306063018	B	2.5	40	16	24				3.0				4	
	4	用户增长运营实务	2620805306063019	B	2.5	40	16	24				3.0				4	
	5	品牌经营与管理	2620805306063020	B	2.5	40	16	24					6.0			5	4选2
	6	客户服务与管理	2620805306063021	B	2.5	40	16	24					6.0			5	
	7	数据分析与可视化	2620805306063022	B	2.5	40	16	24					6.0			5	
	8	新媒体数据分析与应用	2620805306063023	B	2.5	40	16	24					6.0			5	
	9	销售管理	2620805306063024	B	2.5	40	16	24					6.0			5	2选1
	10	传播学	2620805306063025	B	2.5	40	16	24					6.0			5	
	小计				12.5	200	80	120	0	0	0	6	18	0			
专业集中实训课程（必修）	1	AIGC综合工坊实训	2620805306063026	C	1	24	0	24		1.0						2	
	2	AI智能图像制作实训	2620805306063027	C	1	24	0	24			1.0					3	
	3	直播实训	2620805306063028	C	1	24	0	24			1.0					3	
	4	短视频拍摄与编辑实训	2620805306063029	C	1	24	0	24				1.0				4	
	5	新媒体运营实训	2620805306063030	C	1	24	0	24				1.0				4	
	6	专业技能综合实训	2620805306063031	C	2	48	0	48					2.0			5	
	7	毕业教育	2620805306063032	C													①
	8	毕业设计	2620805306063033	C	6	24	0	24					0.5	0.5		6	
	9	岗位实习	2620805306063034	C	24	576	0	576					10	14		6	
	小计				37	768	0	768	0	1.0	2.0	2	12.5	14.5			
合计				49.5	968	80	888	0	1	2	8	30.5	14.5				

备注:①毕业教育于第五学期与下达毕业设计任务时同步进行，不单独计算学时与学分。

(三) 周学时及学时统计表

表五 周学时及学时统计表

模块	年级 学期 节(周)数	一年级				二年级				三年级				教学学时(节)		
		第一学期		第二学期		第三学期		第四学期		第五学期		第六学期				
		周 时	课 训 周	周 课时	实 训 周	周 课时	实 训 周	周 课时	实 训 周	周 课时	实 训 周	周 课时	实 训 周	理论 学时	实 训 实验 学时	合计
公共基础课程模块（必修）		14	0	16	0	4	0	6	0	6	0	0	0	410	282	692
公共基础课程模块（限选）		6	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100	76	176
公共基础课程模块（任选）		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	64	0	64
专业基础及核心课程模块		9	0	9	0	16	0	12	0	0	0	0	0	382	314	696
专业拓展课程模块（选修）		0	0	0	0	0	0	6	0	18	0	0	0	80	120	200
专业集中实训课程模块		0	0	0	1	0	2	0	2	0	12.5	0	14.5	0	768	768
合 计		29	0	30	1	20	2	24	2	24	12.5	0	14.5	1036	1560	2596

备注：周课时数不包含专业实践课程课时。

公共基础课程（含必修、限选、任选）学时数占总学时的比例：	35.90%					
选修课程学时数占总学时的比例：	16.95%					
实践学时数占总学时的比例：	60.09%					
本专业应修学分总计：	151.0					

八、实施保障

(一) 师资队伍

按照“四有好老师”“四个相统一”“四个引路人”的要求建设专业教师队伍，将师德师风作为教师队伍建设的第一标准。

1. 队伍结构

(1) 按《湖南省高等职业学校机构编制标准》配齐专任教师，生师比不高于 25 : 1。

(2)公共课教师应具有与任教课程对口的全日制本科及以上学历，并取得高校教师资格；有理想信念、有道德

情操、有扎实学识、有仁爱之心；有较强的教学能力。

(3)专业课专任教师应具有与本专业对口的本科及以上学历，并取得高校教师资格；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力；具有较强的信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科研研究；“双师型”教师占专业课教师数比例一般不低于 60%；有每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

(4)专业教学团队中有一定比例的兼职教师，兼职教师应是本区域或本行业的现场专家，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，能承担专业课程教学和实习实训指导等教学任务；兼职教师以承担实践教学与实习指导任务为主，所承担教学任务占专业课学时总数的 50%左右。

(5)实习指导教师应具有与本专业对口的专科以上学历，并取得专业职业资格。

2. 专任教师

有高校教师资格；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；公共课教师应具有与本专业对口的本科及以上学历；专业课教师原则上具有市场营销、工商管理、企业管理、传媒管理或经济学等相关专业本科及以上学历；具有扎实的本专业理论功底和实践能力；能够落实课程思政要求，挖掘专业课程中的思政教育元素和资源；具有较强的数字化教学能力，能够开展课程教学改革和科研研究；能够跟踪新经济、新技术发展前沿，开展技术研发与社会服务；专业课教师每年至少累计 1 个月或 5 年累

计 6 个月在企业实践或实训基地实训。

3. 兼职教师

专业教学团队中有一定比例的企业兼职教师，企业兼职教师应具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，一般应具有中级及以上专业技术职务（职称）或高级工及以上职业技能等级，了解教育教学规律，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。根据需要聘请技能大师、劳动模范、能工巧匠等高技能人才。企业兼职教师以承担实践教学与实习指导任务为主，所承担教学任务不低于专业课学时总数的 15%。

4. 专业带头人

专业带头人原则上应具有副高及以上职称，能够较好地把握国内外行业、专业发展，能够广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实际，主持专业建设，开展教育教学改革，教科研工作和社会服务能力强，在本专业改革发展中起引领作用。定期到企业工作、挂职锻炼，或每年与企业开展项目合作 2 个以上。

5. 对教师进修培训的要求

建立规范的师资进修培训体系，系统地对教师进行定期进修培训，为教师跟进学术前沿，接受先进的教学理念创造好条件。每位专业教师应至少每两年参加一次本专业相关的进修培训或学习交流。教师参加培训、学习期间，应积极主动与其他兄弟院校教师沟通交流，了解职业教育的发展态势，虚心学习兄弟院校在专业建设、课程改革、技能大赛、专业招生等方面的做法和经验，并将培训学习

成果在本教研室和二级学院（部）进行汇报交流。

（二）教学设施

1. 专业教室基本条件

一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。配置超星“一平三端”智慧课堂系统；安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内实习实训室

实验、实训场所面积、设备设施、安全、环境、管理等符合教育部有关标准（规定、办法），实验、实训环境与设备设施对接真实职业场景或工作情境，实训项目注重工学结合、理实一体化，实验、实训指导教师配备合理，实验、实训管理及实施规章制度齐全，确保生均校内实训基地工位数不低于 0.5（农林医类实训场所面积不低于 30000 平方米），设施设备利用率高。

校内实训实习必须具备营销策划、推销与谈判、市场营销沙盘、数字营销等实训室，主要设施设备及数量见下表。

表 8 校内实训室功能与配备要求一览表

序号	实习实训室名称	主要工具和设施设备				支撑的课程/实训项目
		名称	数量	工位	功能	
1	市场调研实训室	多媒体设备	1 套	60	数据收集、处理、分析，教师演示	①承担《市场调查》、《专业技能综合实训》等课程的教学； ②实训项目：调研方案制定、调研问卷设计、数据整理分析、调
		电脑	60 台			
		桌椅	60 套			

						查报告撰写等内容。
2	AIGC 实训室	多媒体设备	1 套	60	运用 AI 工具完成任务	①承担课程：《AIGC 工坊实训》课程教学； ②实训内容：运用 AI 工具开展仿真任务。
		电脑	60 台			
		椅子	60 张			
3	推销与谈判实训室	多媒体设备	1 套	60	模拟开展推销与谈判活动	①承担《推销与谈判》、《专业技能综合实训》课程教学； ②实训项目：产品推销、模拟商务谈判等内容等实操。
		录播设备	2 套			
		谈判桌	1 张			
		椅子	12 张			
		盆花	若干			
		谈判桌旗	若干			
4	全媒体营销策划项目实训室	多媒体设备	2 套	120	模拟实战场景、数据驱动决策、全渠道策划设计、团队协作执行。	①承担《新媒体营销运营实训》、《专业技能综合实训》课程教学； ②实训项目：头脑风暴法创意、营销方案策划与文案撰写等内容实操、专业技能模块化项目实训。
		电脑	120 台			
		桌椅	120 套			
5	直播实训室	多媒体设备	1 套	60	直播实操演练	①承担《新媒体营销》及《直播实训》课程教学； ②实训项目：学生分组模拟实践微信公众平台运营、短视频制作和方案策划、新媒体平台营销推广、软文撰写、视频推广、线上品牌推广、APP 与小程序互动营销等项目实操。
		电脑	60 台			
		摄录设备	1 套			
		手机直播设备	10 套			
		货架	若干			
		桌椅	60 套			
6	商务礼仪	镜子	若干	120		①承担《商务礼

	现场教室	即时录像	1 套		模拟商务场景、仪态规范训练、跨文化交际实践、职业形象塑造。	①课程教学； ②实训项目：形体训练、商务礼仪等项目实操。
		形体训练器材	若干			
		多媒体设备	3 套			
7	数字营销实训室	多媒体设备	1	60		①承担《数字营销》课程教学及相关项目实训； ②学习内容：关键词挖掘、网页信息优化、网页优化分析、网页竞价推广、品牌营销推广、搜索竞价营销分析，推荐引擎推广、推荐引擎推广数据分析、推荐引擎推广优化等内容及实操。
		电脑	60			
		桌椅	60			
		数字营销岗课赛证融通系统软件	1			

3. 校外实习实训基地

与 3 家以上企业建立紧密的校企合作关系，并建立校外实习实训基地。

根据本专业人才培养的需要和未来就业需求，实习基地应能提供理等与专业对口的相关实习岗位，能涵盖当前相关行业发展的主流技术，可接纳不低于 30% 的本专业毕业生实习；学校和实习单位双方共同制订实习计划，能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理，实习单位安排有经验的技术或管理人员担任实习指导教师，开展专业教学和职业技能训练，完成实习质量评价；做好学生实习服务和管理工作的，有保证实习学生日常工作、学

习、生活的规章制度，有安全、保险保障，依法依规保障学生的基本权益。

本专业应具备的校外实习实训基地情况见下表：

表9 校外实训室功能与配备要求一览表

序号	基地名称	实习实训岗位	主要实践教学项目	容纳学生数
1	认知实训基地	参观和认知企业营销岗位	企业认知实训	300
2	市场调查实训基地	调研类岗位	市场调查实训	300
3	御家汇股份有限公司、长沙市爱巴森网络科技有限公司基、湖南科凡达高新智能设备有限公司基地	新媒体策划、新媒体运营岗位	新媒体运营实训	120
4	快乐购有限责任公司基地	直播岗位	新媒体营销、直播实训	100
5	阿里巴巴长沙外贸新本服中心基地	用户增长与营销运营岗位	数字营销	100
6	湖南竞网智赢网络科技有限公司基地	数据智能与分析决策岗位		120
7	推销与谈判实训基地	销售岗位、直播岗位	推销与谈判	300
8	湖南快乐传媒有限公司、长沙悦涛文化传播有限公司	AI新媒体文案创作、AI视频生成与智能剪辑	AIGC综合工坊实训	30
9	岗位实习基地	智能内容创作与运营岗、用户增长与营销运营岗位、数据智能与分析决策岗位	岗位实习	300

（三）专业教学资源

1. 教材要求

（1）优先选用国家和省级职业教育优秀教材、规划教材，专业课程主要选用校企合作编写正式出版的教材。

（2）学校、企业、行业“三元”联合创作编写教学材料，创新开发的活页式教材、工作手册式教材、数字教材

和配套技术规范卡片、口袋书。

(3) 教辅材料内容应体现本行业的新方法、新技术、新工艺、新标准、新装备，应以真实生产项目、典型工作任务、工程实践案例等为载体，适用于模块化、项目化课程教学，符合国家专业教学标准和职业标准（规范）要求，体现课程思政和产业变化。

(3) 若课程设置后没有合适的国家规划教材，以企业培训教材为首选。并根据需要与企业专家共同开发教材和实训指导书，使教学内容更好地与实践结合以满足未来实际工作需要，使教材更贴近数智营销专业的发展和实际需要。

表 10 数智营销专业教材选用（部分）

序号	教材名称	教材类型	作者	出版社	出版日期	对应课程
1	现代市场营销	“十四五”职业教育国家规划教材	肖润松	高等教育	202309	市场营销
2	市场调查实务-项目教程	“十四五”职业教育国家规划教材	黄慧化、陈学忠	电子工业	202206	市场调查
3	市场营销策划	“十三五”职业教育国家规划教材	马春和、刘晓钢、马秀文	高等教育	202206	市场营销策划
4	商务谈判与推销实务	“十四五”职业教育国家规划教材	王军华	中国人民大学	202406	推销与谈判

2. 数字资源配备基本要求

不断更新专业网页，进一步充实教学资源库。及时将本专业人才培养方案、课程标准、授课计划等教学文件以及主干核心课程的教案、课件、习题 库等教学资源上网，并及时更新。建设、配备与本专业有关的音视频素材、教学课件、课程思政元素资源库、数字化教学案例库、虚拟仿真软件等专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用

便捷、动态更新、满足教学。

3. 图书文献配备基本要求

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。专业类图书文献包括：有关数智营销专业理论、技术、方法、思维以及实务操作类图书和经济、管理、营销类文献。

（四）教学方法

按照“教、学、做合一”的总体原则，根据课程性质，采用班级授课、分组教学、现场互动、专业讲座、翻转课堂等形式组织教学；积极开展师生教学互动，大力倡导学生自主学习、自主探索，达到共同学习、共同提高的目的。运用人工智能、虚拟现实等数字技术教学和采用项目教学、案例教学、情境教学、模块化教学等教学方法的课程占比不低于 80%；采用“学中做、做中学”的专业课程占比不低于 50%。

（五）学习评价

1. 评价理念

坚持理论与实践相结合的理念，突出专业课程与实践岗位对接，注重综合素质评价，依托数字营销综合实训平台、AI 工具、图形图片和视频编辑工具，建立吸纳行业企业和社会有关方面组织参与的形成性多元考核评价体系，促进学生全面成长。

2. 评价要求

（1）评价方式

各课程的考核评价方式选择符合学校学生成绩管理办

法的相关规定。

（2）评价内容

对学生的学业考核评价内容兼顾认知、技能、情感等方面，体现评价标准、评价主体、评价方式、评价过程的多元化。

（3）评价主体

加强对教学过程的质量监控，改革教学评价的标准和方法，实施评价主体多元化。

3. 学习成果学分认定

学生获得政府部门批准的职业技能等级证书或职业资格证书，参加职业院校技能市场营销赛项获省级三等奖或以上奖项，依据学校《湖南商务职业技术学院“学分银行”实施细则》（湘商职院发〔2023〕27号）置换学分，鼓励学生多维度发展。具体如表所示。

表 11 职业证书、技能比赛与学分置换表

序号	证书/获奖等级				可置换课程	可置换学分	置换要求
	类型	证书/赛项名称	主办单位	等级			
1	职业资格证书	互联网营销师	人力资源和社会保障部	三级	《网络营销》 《新媒体营销》	4	
2	专业技能竞赛（I类赛）	湖南省职业院校技能大赛相关赛项	湖南省教育厅	省一等奖	可任意置换对应学分的专业基础必修课、专业核心必修课、专业综合	16	
				省二等奖		12	
				省三等奖		12	

					实践、专业 选修课		
3	技能大 赛	国家级技能大 赛	世界职业 院校技能 大赛执行 委员会	一等奖	可任意置 换对应学 分的专业 基础必修 课、专业核 心必修课、 专业综合	16	
				二等奖	实践、专业 选修课	16	
				三等奖		16	

（六）质量管理

1. 建立常态化专业建设和教学质量诊断与改进机制，完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养规格。

2. 完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课等教研活动。

3. 改革学生评价手段和方法，广泛吸收就业单位、合作企业、社会、家长参与学生质量评价，采取过程评价与结果评价相结合，单项评价与综合评价相结合，总结性评价与发展性评价相结合的多种评价方式；应充分利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

4. 关注课程学习评价的多元性，结合课堂提问、学生作业、平时测验、实验实训、技能竞赛及考试等多种方式，

注重学生动手能力、协作能力和实践中分析问题、解决问题能力的考核，对在学习和应用上有创新的学生应予特别鼓励，全面综合评价学生能力。

5. 建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

九、毕业要求

1. 原则要求

（1）具有坚定的社会主义信念和正确的世界观、人生观、价值观；遵纪守法、诚实守信；文明举止和行为习惯符合《高等职业学校学生日常行为规范》；

（2）掌握高等职业学校必须的思想政治理论、科学文化知识，具有一定的人文素养和综合素质；

（3）具有良好的职业道德和职业素养，能够从事本专业（或专业方向）就业面向岗位的工作；

（4）身心健康，人格健全。

2. 具体要求

（1）修满 151 学分。其中：公共基础课程模块 58 学分（含公共基础任选课程 4 学分），专业基础课程模块 19.5 学分，专业核心课程模块 24 学分，专业拓展选修课程模块 12.5 学分，专业集中实训课程模块 37 学分。

（2）数智营销专业岗位实习合格、毕业设计合格、技能抽查合格、素质教育考核合格、学业成绩合格、专业综合水平测试合格。

十、其他

（一）引用的技术规范

教育部职业教育与成人教育司，职业教育专业教学标准，2025 年修订；

（二）学分银行转换的说明

1. 职业资格证书及“1+X”证书学分置换

实行书证融通制度。鼓励学生在获得学历证书的同时，积极取得若干本专业及相关专业职业技能等级证书。根据学校《湖南商务职业技术学院“学分银行”实施细则》（湘商职院发〔2023〕27 号）相关规定，各类职业技能等级证书可置换相关课程、计算学分，具体见下表：

表 12 职业技能证书转换学分、课程表

序号	证书名称	可转换的学分	可置换的专业课程	备注
1	数字营销技术应用职业技能等级证书（中级）	6	新媒体数据分析与应用、数字营销	具体名称待教育部颁发

2. 对于应征入伍服兵役退役、自学考试、社会实践、创新创业等情况，依据学校学分管理制度相关规定进行学分置换。

附录

1. 专业人才培养方案调整审批表
2. 专业人才培养方案论证意见表
3. 公共基础课开设统筹安排表

附录 1

专业人才培养方案调整审批表

专业 名称	市场营销	所属二级 院（部）	经济贸易学院	使用 年级	2026 级
专业人才培养方案调整内容					
课程 名称		课程性质		调整 类别	
调整 事项					
调整 原因					
专业教研室主任意见： 签字： 年 月 日			二级院（部）负责人意见： 签字： 年 月 日		
教务处审核意见： 签字：					

年 月 日	
主管教学工作副校长意见： 签字： 年 月 日	
校长意见： 签字： 年 月 日	

注：(1)调整类别主要是指课程名称、学时(学分)、开课时间、增开或停开课程、课程性质(课程的必修和选修属性)及考核方式等的变动。(2)调整事项是对调整内容及调整后人才培养方案变化情况的详细说明。(3)本表一式三份，专业教研室、二级院(部)、教务处各存一份。

附录 2

专业人才培养方案论证意见表

论证专业名称				论证时间 (年月日)	
论 证 专 家	姓名	工作单位	职称/ 职务	论证身 份	签名 (手写)
论 证 意 见	专家论证组组长签字： 年 月 日				
备 注	论证身份包括同行专家、校内专家、思政专家、企业专家、毕业生代表、在校生代表等				

附录 3

公共基础课开设统筹安排表